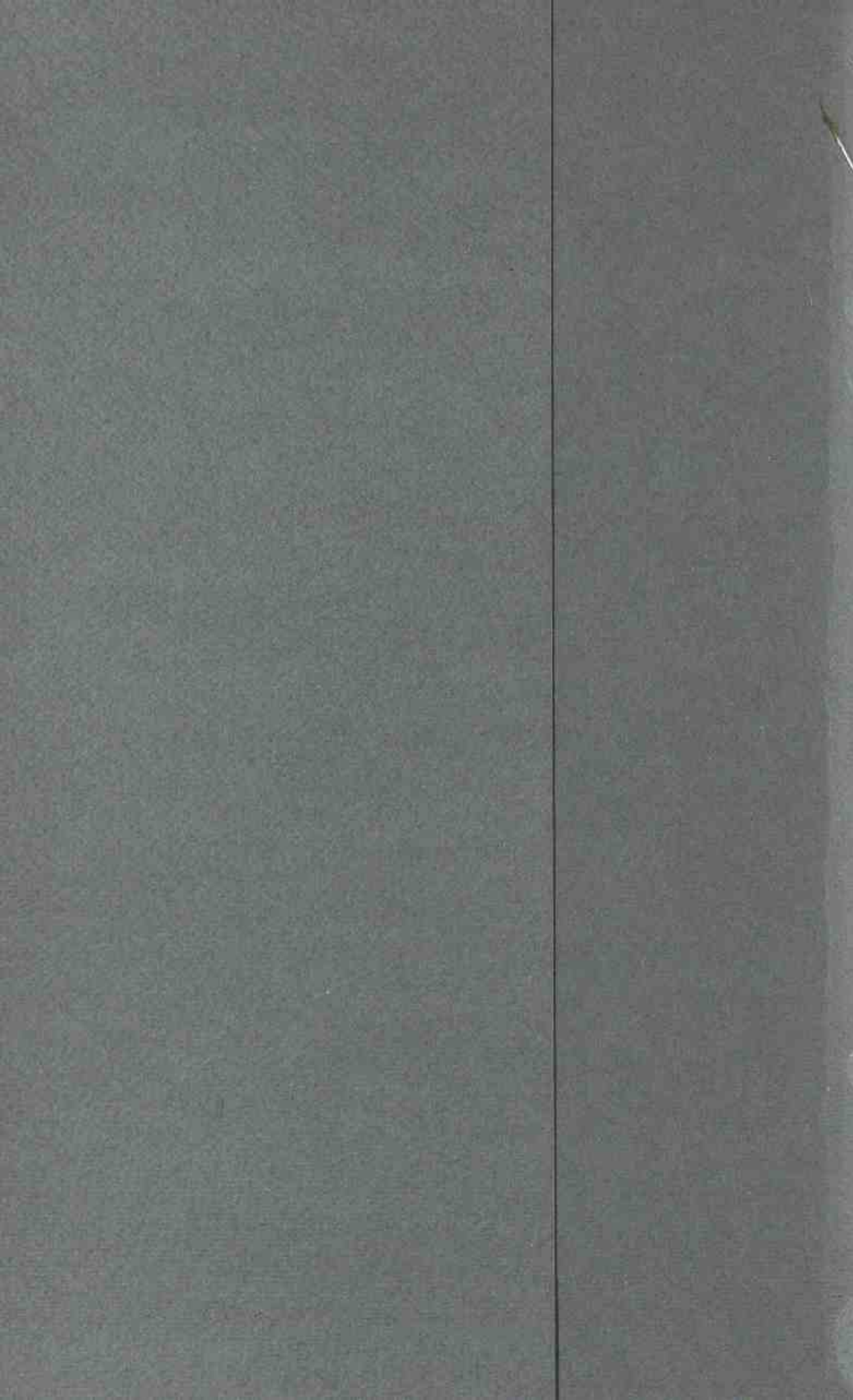
(a cura di)
Giovanni Bechelloni

GUIDA RAGIONATA ALLE RIVISTE DI INFORMATICA

Repertorio critico
e percorsi di lettura



Fondazione Adriano Olivetti



Quaderni della Fondazione Adriano Olivetti 12

Guida ragionata alle riviste di informatica

Repertorio critico e percorsi di lettura

a cura di Giovanni Bechelloni

INDICE

PREFAZIONE

Negli ultimi anni l'informatica è entrata a far parte, in modo definitivo, della vita quotidiana della maggior parte delle persone. Il grande successo commerciale dei prodotti informatici a basso costo ha determinato il coinvolgimento diretto di un numero progressivamente crescente di utenti delle nuove tecnologie nate dalla microelettronica, alimentando una generale domanda di conoscenza e un diffuso desiderio di capacità di utilizzazione dei prodotti informatici.

Questo fenomeno si è manifestato soprattutto tra i giovani. Del resto l'informatica non solo è un settore relativamente giovane, ma esercita nei confronti dei giovani una particolare forza di suggestione e di attrazione: perché, come essi, è proiettata nel futuro, in qualche modo anticipa e lo fa vivere fin d'ora, e quel che non può far vivere lo lascia comunque facilmente immaginare.

Uno dei modi più diffusi di avvicinamento all'informatica è rappresentato dalle riviste specialistiche. A questa nuova realtà editoriale è dedicato il presente studio, che si propone di offrire — tanto ai lettori delle riviste quanto agli utilizzatori delle tecnologie informatiche e agli operatori del settore — uno strumento di orientamento e valutazione preliminare che aiuti a capire, a districarsi e a scegliere con qualche fondata ragione.

Il settore di mercato editoriale che costituisce l'oggetto di questo studio è attraversato da forti tensioni e, soprattutto, è in fase di robusta espansione. Basti, tra l'altro, pensare che sono state censite ben 45 riviste in vendita nel-

le edicole, per la maggior parte nate negli ultimi cinque anni.

Una « guida », quale quella costituita dal lavoro raccolto in questo volume, è dunque, in questo momento, particolarmente utile.

Ma il lavoro è e offre in ogni caso assai più che una « guida », sia pure « ragionata ». Oltre a catalogare le riviste, classificandole sulla base dei contenuti e fornendo per ciascuna una serie di notizie che ne consentono una prima valutazione, propone nella seconda parte una serie di « percorsi di lettura », tracciati da diversi punti di osservazione.

Lo scopo principale di questa seconda parte, in qualche modo più qualitativa e riflessiva, non è quello di evidenziare i limiti — che pure esistono — delle riviste censite e analizzate; piuttosto è quello di rendere i lettori e gli utenti, soprattutto i più giovani, più esigenti nei confronti delle testate e più coscienti della reale ampiezza e della profondità dei cambiamenti che l'innovazione informatica produce non solo nell'organizzazione sociale e nei comportamenti ma anche nelle potenzialità individuali.

In questo senso si può dire che il Quaderno si rivolga anche agli editori, ai direttori e ai redattori delle riviste: con una « critica costruttiva », per dirla con un linguaggio ormai caduto in disuso, volta, più che ad elevare lo standard qualitativo dei periodici, ad allargare gli orizzonti e ad approfondire l'informazione.

Del resto, proprio alle riviste va riconosciuto — come viene fatto nei saggi che seguono — il merito, non di poco conto, di aver facilitato la socializzazione di tanti, giovani e no, all'uso delle nuove tecnologie, contribuendo a sdrammatizzare, attraverso una iniziazione prevalentemente « ludica », una fase di transizione destinata a produrre cambiamenti duraturi e non ancora compiutamente prevedibili.

Questo « Quaderno », inoltre, intende rivolgersi anche agli operatori scolastici, agli insegnanti delle scuole medie

inferiori e superiori in particolare. Per stimolare la riflessione su un migliore uso didattico dell'informatica in generale e delle riviste ad essa dedicate in particolare. Ma anche per proporre un approccio meno riduttivo di quello attualmente prevalente nelle istituzioni scolastiche.

L'obiettivo implicito è quello di restituire alle riviste una funzione complementare a quelle delle istituzioni formative, anche per cercare di invertire la tendenza impropria alla supplenza, il più delle volte involontaria, che le riviste sono venute svolgendo nei confronti della istruzione istituzionale, a tutt'oggi incapace di rispondere in modo adeguato alla crescente domanda di formazione informatica.

La ricerca che qui si propone è stata realizzata da Anna Lucia Natale, con la direzione scientifica di Giovanni Bechelloni, la consulenza di Milly Buonanno e la collaborazione di Francesco Battisti, Giovanni Lariccia, Mario G. Losano e Fabio Scandone.

Un ringraziamento, infine, va alle case editrici per la loro disponibilità che ha consentito di raccogliere in tempi rapidi i materiali di ricerca.

Giovanni Celsi

Parte Prima

REPERTORIO

Legenda

A.f.	=	*anno di fondazione*
Ed.	=	*editore ed indirizzo*
Red.	=	*indirizzo redazione*
D.	=	*direttore*
C.D.	=	*condirettore*
V.D.	=	*vice direttore*
D.R.	=	*direttore responsabile*
D.E.	=	*direttore editoriale*
P.	=	*periodicità*
F.	=	*formato (in mm)*
pp.	=	*numero medio pagine*
P.f.	=	*prezzo fascicolo*
Abb.	=	*abbonamento*
C.P.	=	*concessionaria di pubblicità ed indirizzo*
T.	=	*tiratura*
C.v.	=	*copie vendute*
ADS/T	=	*certificazione ADS tiratura*
ADS/CV	=	*certificazione ADS copie vendute*
Ac.	=	*accordi con riviste straniere*

CAPITOLO PRIMO

LE RIVISTE DI INFORMATICA EDITE IN ITALIA NEL 1985

di Anna Lucia Natale

1. Tendenze di mercato

Nel corso degli anni Settanta, alcuni importanti sviluppi tecnologici hanno reso possibile la costruzione di piccoli calcolatori abbastanza potenti e relativamente poco costosi. Essi erano inizialmente diffusi in una ristretta cerchia di tecnici e professionisti ma, con la progressiva messa a punto di modelli sempre più economici e adatti per esigenze diverse, sono andati conquistando nuove e ampie fasce di mercato. Agli inizi degli anni Ottanta, si è così assistito ad un vero e proprio *boom degli home e personal computer*, che ha in qualche modo colto impreparati quei settori della società — come la stampa e la scuola — specificamente destinati a funzioni di informazione e formazione.

In pratica, lo sviluppo dei *mini-computers* non sarebbe stato accompagnato dalla adeguata diffusione di una « cultura informatica »: molti usano ancora il *personal computer* come puro oggetto di divertimento e senza conoscere le più elementari nozioni di calcolo che ne consentono il funzionamento, ma soprattutto con scarsa consapevolezza delle implicazioni socio-culturali legate all'avvento del *personal computer* e/o dell'informatica.

Più in particolare, ci si trova di fronte ad una triplice esigenza di informazione: innanzitutto, che cos'è, come funziona e a che serve un *personal computer* (formazione informatica); in secondo luogo, quali sono i modelli e i programmi disponibili e per quali esigenze (informazione sulla produzione dell'*hardware* e del *software*); infine, che ruolo ha l'informatica nella quotidianità della vita e nell'organizzazione del lavoro e quali sono le prospettive di sviluppo tecnologico o le previsioni per la società futura (educazione ad una « cultura informatica »).

A questa nuova domanda di informazione ha in qualche modo risposto la stampa periodica specializzata e le riviste di informatica. Infatti, si è avuto negli ultimi anni un fiorire di iniziative in questo settore, che ha interessato

una trentina circa di case editrici in diverse città, e soprattutto a Milano[1]. Sul mercato dell'editoria informatica, sono così apparsi nuovi editori, molti dei quali hanno oggi al loro attivo almeno una rivista di informatica o di elettronica; altri, più « specializzati » (il Gruppo Editoriale Jackson, ad esempio), propongono, invece, un'offerta diversificata di periodici destinati a soddisfare esigenze e utenti diversi.

L'andamento generale del mercato sembra aver seguito quello della diffusione degli *home* e *personal computers*.

Come emerge anche dalla Tabella 1, sul finire degli anni Settanta esistevano una decina di riviste: alcune si occupavano di elettronica e si sono, poi, aperte al *personal* e all'informatica; ma per la maggior parte si trattava di testate professionali, dedicate ad applicazioni aziendali e ai grandi sistemi, rivolte a funzionari, dirigenti di azienda e operatori del settore. Successivamente, mentre quelle già esistenti ampliavano o convertivano i propri interessi al mercato dei *personal* e ad altri settori di applicazione, nascevano e si affermavano nuove testate di diverso contenuto e livello. Tra il 1980 e il 1985 ne sono uscite più di trenta, senza considerare quelle di elettronica o di scienza e cultura (che pure dedicano un loro spazio all'informatica) e le cosiddette « riviste su cassetta » (con il *software* per i più diffusi *home* e *personal computers*).

Tab. 1 — *Le riviste di informatica per categoria e anno di fondazione*

Anni	Professionale	Personal	Listati	Cult. inf.	TOT.
Prima del 1970	2	1	—	—	3
1970 - 1979	5	3	—	1	9
1980 - 1985	7	6	11	9	33
TOTALE	14	10	11	10	45

N.B.: Per la distribuzione delle riviste in categorie, si veda qui di seguito.

Attualmente, sono disponibili sul mercato più di 40 testate, che rispecchiano con toni e accenti diversi le nuove esigenze di informazione aperte dalla diffusione sociale dell'informatica. E' appunto per cercare di individuarne meglio le caratteristiche principali, e offrire anche un servizio agli utenti di *personal computers*, che si è pensato ad una ricognizione empirica sulle riviste di informatica edite in Italia nel 1985[2].

Da questo lavoro è, poi, emersa una tipologia delle riviste, che fa soprattutto riferimento ai loro contenuti e destinatari principali, in quattro grandi categorie (di cui riportiamo l'elenco nella Tabella 2. Cercheremo ora di delinearne per grandi linee le caratteristiche.

Tabella 2 - PRINCIPALI CATEGORIE DI RIVISTE

1. Riviste di informazione professionale

A.1. Computerwordl Italia
A.2. Data manager
A.3. EDP Telematica notizie
A.4. Informatica oggi
A.5. Informatica 70
A.6. Linea EDP
A.7. L'informatica
A.8. Sistemi e Automazione
A.9. Zero Uno

B.10. Compus Scuola
B.11. Il diritto...
B.12. Informatica ed enti locali
B.13. Office Automation
B.14. Rivista di informatica

2. Riviste di Personal

1. Applicando
2. Bit
3. EG Computer
4. Home Computer
5. MC Microcomputer
6. Micro e Personal computer
7. Modem
8. Personal Computer Club
9. Radioelettronica & Computer
10. Sperimentare con...

3. Riviste di listati

A.1. Commodore
A.2. Commodore Computer Club
A.3. Sinclair Computer
A.4. Super Commodore
A.5. Super Sinclair

B.6. Chip Special
B.7. Dossier Commodore
B.8. List
B.9. Paper Soft
B.10. Personal Software
B.11. Videogiochi

4. Riviste di cultura informatica

A.1. Chip
A.2. Computer
A.3. Computers & Electronics
A.4. PC Magazine
A.5. Personal O
A.6. Software Man

B.7. Agorà 2000
B.8. Genius
B.9. Informat
B.10. Media 2000

2. Principali categorie

Le riviste di informatica professionale

Questa categoria comprende 14 periodici (*Tab. 2*), destinati soprattutto al mondo delle aziende e a professionisti dell'area EDP. Nati prevalentemente negli ultimi dieci anni (*Tab. 1*), essi sono diffusi spesso per abbonamento e hanno, in genere, una periodicità mensile. Vi sono anche dei settimanali/quindicinali — in pratica, bollettini di informazione — e qualche trimestrale/quadrimestrale dedicati a specifici settori di attività e non molto diversi da altra pubblicistica di settore.

Il livello grafico e il prezzo per fascicolo sono piuttosto variabili e legati soprattutto alla periodicità, come si può osservare dalla seguente tabella:

Tab. 3 — *Le riviste di informatica professionale per periodicità e prezzo del fascicolo*

Periodicità	Meno di L. 3.000	L. 3.000-5.000	Oltre L. 10.000	TOTALE
Settimanali	2	—	—	2
Quindicinali	2	—	—	2
Mensili	—	7	—	7
Trimestrali	—	—	2	2
Quadrimestrali	—	—	1	1
TOTALE	4	7	3	14

La finalità principale di queste riviste è quella di aggiornare e offrire spunti di riflessione al lettore più evoluto, in merito ad alcuni aspetti di economia e tecnica EDP o di cultura informatica.

Come emerge anche dalla Tabella 4[3], sono molto frequenti le analisi sul mercato dell'*hardware* e del *software*, le esperienze di applicazione in vari rami dell'attività economica (ma soprattutto nell'amministrazione aziendale), gli interventi sullo stato e le prospettive di sviluppo delle tec-

nologie informatiche (anche dal punto di vista dei loro rapporti con il sociale). In questo ambito, e rispetto alle altre categorie, sono particolarmente numerosi i contributi scientifici di teoria e metodologia dell'informatica. Anche le rare presentazioni di *software* professionale, inoltre, sono volte soprattutto ad evidenziare l'efficacia applicativa dei programmi — per il professionista che voglia farne uso nel suo lavoro — e le procedure metodologiche e organizzative — per gli esperti di programmazione e gli operatori del settore.

I rapporti più generali tra informatica e lavoro, le prospettive di sviluppo dell'Intelligenza artificiale e la Telematica non costituiscono dei temi forti nell'ambito complessivo delle riviste di informatica. Essi si concentrano in particolar modo proprio in quelle professionali (oltre che nei periodici di cultura informatica), dove più facilmente si possono trovare articoli e saggi sulla robotica e l'automazione, le tendenze di ricerca nel campo dell'Intelligenza artificiale e lo sviluppo delle reti di telecomunicazione aziendale.

Tra le riviste di informatica professionale, ve ne sono alcune (comprese nella sezione *B* del punto 1 nella *Tab. 2*) a carattere monografico. Esse si focalizzano sulle applicazioni dell'informatica in determinati settori della vita economica e sociale (è il caso di « Compus scuola », « Office automation » e « Informatica ed enti locali »), o su alcuni aspetti relativi allo stato dell'arte nel settore (« Il diritto dell'informazione e dell'informatica » e « Rivista di informatica »).

Le riviste di personal

Sono qui comprese 10 riviste a carattere formativo e divulgativo. Loro referenti principali sono hobbysti e professionisti, che vogliono aggiornarsi sui segreti della programmazione e sulle novità *software*, e utenti potenziali dei *personal computers*. Esse sono nate prevalentemente

Tabella 4 - LE RIVISTE DI INFORMATICA PROFESSIONALE: DISTRIBUZIONE PERCENTUALE DEI CONTENUTI

	Stato arte	Prod./ Merc.	Program.	Applic.	Lavoro	I.A.	Telem.	Altro	TOTALE
1) Computerworld	15.6	56.2	-	15.6	-	3.1	9.4	-	100
2) Data Manager	46.7	16.7	10.0	20.0	3.3	-	3.3	-	100
3) EDP Telematica	66.7	33.3	-	-	-	-	-	-	100
4) Informatica Oggi	10.7	46.4	-	21.4	-	10.7	10.7	-	100
5) Informatica 70	13.5	59.5	5.4	16.2	2.7	-	-	2.7	100
6) Linea EDP	22.2	11.1	14.8	29.6	7.4	-	14.8	-	100
7) L'Informatica	10.0	70.0	-	10.0	-	-	-	10.0	100
8) Sistemi e Automazione	27.8	22.2	20.4	14.8	5.5	1.8	7.4	-	100
9) Zero Uno	18.8	13.9	18.0	22.1	9.8	6.6	6.6	4.1	100
10) Compus Scuola	6.0	-	27.3	60.6	-	6.0	-	-	100
11) Il Diritto...	26.0	-	-	-	-	-	1.6	72.4	100
12) Informatica ed Enti locali	16.6	-	-	75.0	-	4.2	4.2	-	100
13) Office Automation	17.5	19.3	-	33.0	-	-	19.3	10.5	100
14) Rivista di Informatica	69.2	-	7.7	23.1	-	-	-	-	100

LEGENDA DELLE CATEGORIE DI CONTENUTO: Stato dell'arte e previsioni, Produzione e mercato hardware e software, Formazione e programmi, Applicazioni, Informatica e lavoro, Intelligenza Artificiale, Telematica, Altro.

Per le relative specificazioni si veda, in Appendice, il testo su: Il campione, la griglia e le procedure di rilevazione.

tra il 1980 e il 1985 (*Tab. 1*), hanno una periodicità mensile (con l'unica eccezione del quindicinale « Modem ») e costano fra le 3.000 e le 5.000 lire (v. Tabella 5). Infatti, si presentano su carta patinata e con buone realizzazioni grafiche e sono molte ricche per numero di pagine.

Tab. 5 — *Le riviste di personal per periodicità e prezzo del fascicolo*

Periodicità	Meno di L. 3.000	L. 3.000-5.000	TOTALE
Quindicinali	1	—	1
Mensili	—	9	9
TOTALE	1	9	10

Conformemente ai principali obiettivi che si propongono queste riviste, la maggior parte dei contenuti verte sulla formazione (v. Tabella 6), spesso con spazi appositi destinati a lettori già esperti o a principianti. Si tratta, in genere, di testi descrittivi su aspetti della programmazione e sui linguaggi, presentazioni di *routines* e programmi di supporto, lunghe e analitiche descrizioni di pacchetti di *software*. Questi ultimi, quasi sempre accompagnati dal relativo listato, tendono un po' a coprire le varie aree di applicazione, da quelle professionali alle ricreative.

Ciò esprime un tipo di politica informativa, volta nel contempo a soddisfare le esigenze di un pubblico diversificato e ad orientare i futuri acquirenti di *personal computers*, che si riscontra anche ad altri livelli. Per quanto riguarda l'*hardware*, infatti, si presentano descrizioni dei vari modelli di *home* e *personal* e degli accessori disponibili sul mercato e si segnalano le novità in arrivo dall'estero. Inoltre, non sono del tutto trascurate le problematiche più generali connesse alla diffusione sociale dell'informatica, alle applicazioni in vari rami di attività e agli sviluppi della telematica.

Sono comprese in questa categoria alcune riviste che trattano anche di elettronica (« EG computer », « Radio

elettronica & computer » e « Sperimentare con l'elettronica e il computer »). Esse sono a carattere formativo e dedicano maggiore spazio ai giovani hobbysti.

Tabella 6 - LE RIVISTE DI INFORMATICA PROFESSIONALE: DISTRIBUZIONE PERCENTUALE DEI CONTENUTI

	Stato arte	Prod./ Merc.	Program.	Applic.	Lavoro	I.A.	Telem.	Altro	TOTALE
1) Applicando	8.8	-	88.2	2.9	-	-	-	-	100
2) Bit	6.8	18.2	71.6	-	-	1.1	2.3	-	100
3) EG Computer	7.5	20.0	57.5	-	2.5	-	-	12.5	100
4) Home Computer	2.8	8.6	80.0	8.6	-	-	-	-	100
5) MC Microcomputer	3.9	17.7	74.5	1.0	-	-	-	2.9	100
6) Micro e Personal Computer	3.6	21.4	57.1	5.4	5.4	-	7.1	-	100
7) Modem	44.4	22.2	-	-	-	-	33.3	-	100
8) Personal Computer Club	3.0	9.2	84.7	3.0	-	-	-	-	100
9) Radioelettronica & Computer	13.5	-	75.7	-	-	-	-	10.8	100
10) Sperimentare	8.0	10.7	46.7	2.7	1.3	-	1.3	29.3	100

Le riviste di listati

In questa categoria vi sono 11 periodici a carattere ludico e formativo, rivolti prevalentemente a *hobbysti.* Sono nati in pieno *boom* dell'informatica — e, in particolare, tra il 1982 e il 1984 (*Tab. 1*) — ossia quando già molti possedevano un *home* o un *personal computer* e c'era una diffusa richiesta di materiale *software* (listati di programmi, istruzioni varie, ecc.) cui attingere per imparare e divertirsi.

La periodicità è quasi esclusivamente mensile ed il prezzo per fascicolo si aggira tra le 3.000 e le 4.000 lire (v. Tabella 7). Nei rari casi in cui la rivista è messa in vendita con l'allegata cassetta dei programmi, si va invece sulle 7-8.000 lire.

Tab. 7 — *Le riviste di listati per periodicità e prezzo del fascicolo*

Periodicità	Meno di L. 3.000	L. 3.000-5.000	Oltre L. 5.000	TOTALE
Settimanali	1	—	—	1
Mensili	1	6	3	10
TOTALE	2	6	3	11

Si possono qui distinguere due sub-categorie (*A* e *B* del punto 3 della *Tab. 2*): la prima comprende riviste dedicate ad una specifica marca di *personal* o a più modelli della stessa casa[4], relativamente ai quali si forniscono informazioni sul funzionamento e sull'*hardware* compatibile e descrizioni di programmi; nella seconda si hanno, invece, riviste che pubblicano solo o quasi esclusivamente listati (spesso, senza neanche rubriche informative).

In entrambi i casi (come emerge dalla Tabella 8), la grandissima maggioranza dei contenuti verte su *routines* e programmi di supporto, giochi e qualche applicazione per uso didattico o *hobbystico*[5]. Si tratta di brevi o brevissime presentazioni, molto spesso funzionali a fornire istruzioni sull'uso e sul funzionamento del *personal computer.*

Tabella 8 - LE RIVISTE DI LISTATI: DISTRIBUZIONE PERCENTUALE DEI CONTENUTI

	Stato arte	Prod./ Merc.	Program.	Applic.	Lavoro	I.A.	Telem.	Altro	TOTALE
1) Commodore	-	3.7	92.6	3.7	-	-	-	-	100
2) CommodoreComputer Club	2.1	8.3	89.6	-	-	-	-	-	100
3) Sinclair Computer	2.1	-	97.9	-	-	-	-	-	100
4) Super Commodore	8.2	6.1	85.7	-	-	-	-	-	100
5) Super Sinclair	12.2	7.3	80.5	-	-	-	-	-	100
6) Chip Special	-	-	100.0	-	-	-	-	-	100
7) Dossier Commodore	-	-	100.0	-	-	-	-	-	100
8) List	6.1	1.2	89.0	-	1.2	-	-	2.4	100
9) Paper Soft	+	-	100.0	-	-	-	-	-	100
10) Personal Software	6.4	-	93.6	-	-	-	-	-	100
11) Videogiochi	46.7	33.3	20.0	-	-	-	-	-	100

Le riviste di cultura informatica

Si comprendono in questa categoria 10 testate, che si rivolgono prevalentemente a professionisti o studiosi interessati alle problematiche tecniche e socio-culturali dello sviluppo dell'informatica. La periodicità generalmente è mensile e il prezzo si aggira intorno alle 4-5.000 lire, come si può osservare nella Tabella 9. La veste grafica è, in genere, molto accurata.

Tab. 9 — *Le riviste di cultura informatica per periodicità e prezzo del fascicolo*

Periodicità	Abbon. grat.	L. 3-5.000	TOTALE
Mensile	—	9	9
Trimestrale	1	—	1
TOTALE	1	9	10

Queste riviste sono nate quasi tutte tra il 1980 e il 1985 (*Tab. 1*), in una fase in cui fervevano, ormai, le discussioni e gli interventi sulle implicazioni sociali e professionali dello sviluppo dell'informatica. E, infatti, esse sembrerebbero maggiormente orientate a promuovere la diffusione di una « cultura informatica » nel senso più generale, sia per la particolare attenzione rivolta ai rapporti tra società e nuove tecnologie, sia per una migliore distribuzione dei contenuti in diversi settori di interesse (v. Tabella 10).

Si rileva una prevalenza di contributi riguardanti le applicazioni nei vari rami dell'attività economica e nella ricerca scientifico-culturale, volti soprattutto ad evidenziare il ruolo dell'informatica in settori chiave come l'amministrazione pubblica e privata, il sistema creditizio/finanziario, l'istruzione, l'industria culturale, ecc. Tuttavia, ricca è anche l'informazione sulla produzione *hardware* e *software*: molte prove di prodotti e qualche analisi sulle tendenze di mercato e presentazioni di *software* professionali di vario tipo. Spesso si tende qui ad individuare le potenzialità applicative dei programmi nei diversi contesti. Infi-

Tabella 10 - LE RIVISTE DI CULTURA INFORMATICA: DISTRIBUZIONE PERCENTUALE DEI CONTENUTI

	Stato arte	Prod./ Merc.	Program.	Applic.	Lavoro	I.A.	Telem.	Altro	TOTALE
1) Chip	6.9	34.7	43.0	11.2	2.8	1.4	-	-	100
2) Computer	3.2	48.4	29.0	9.7	6.4	-	3.2	-	100
3) Computers & Electronics	14.2	25.4	34.9	3.2	3.2	14.2	3.2	1.6	100
4) PC Magazine	11.4	37.1	34.3	11.4	-	5.7	-	-	100
5) Personal O	2.8	25.3	47.9	18.3	-	-	5.6	-	100
6) Software Man	18.5	11.1	51.8	18.5	-	-	-	-	100
7) Agorà 2000	28.6	22.9	-	34.3	8.6	2.8	2.8	-	100
8) Genius	13.2	3.6	1.2	36.2	4.8	-	2.4	38.5	100
9) Informat	39.3	21.4	-	25.0	3.6	-	10.7	-	100
10) Media Duemila	16.5	3.1	2.4	55.9	2.4	3.9	3.1	12.6	100

ne, sono ancora molti gli interventi riguardanti lo stato dell'arte. Essi appaiono abbastanza distribuiti nelle varie aree, ma sembra emergere particolare attenzione per i progetti e le prospettive di sviluppo delle tecnologie informatiche, i rapporti con altri settori dello sviluppo sociale e tecnologico e le previsioni per la società futura.

Sono comprese in questa categoria (alla sezione *B* del punto 4 della *Tab. 2*) testate in cui emergono con particolare evidenza alcune delle caratteristiche fin qui individuate. E' soprattutto in esse che si concentrano i contributi sulle applicazioni in campo economico, così rivelando un interesse più specifico per i rapporti tra innovazione tecnologica e mondo del lavoro (il che è evidente anche per la maggiore presenza di articoli, rispetto alle altre categorie, su « Informatica e lavoro »). Nel contempo, sono quasi del tutto assenti le presentazioni di prodotti *software*.

3. Le schede

Si è cercato in queste pagine di presentare per grandi linee ed evidenziare gli aspetti comuni delle riviste comprese nelle varie categorie. Ma naturalmente ognuna di esse ha una sua specificità di cui non si può non tener conto, se si vuole offrire un servizio utile all'utente o futuro acquirente di *personal computer*.

Le *Schede analitiche* che di seguito vi presentiamo, dunque, hanno lo scopo di completare e dare specificazione a quanto finora detto. In particolare, per ogni testata si forniscono alcuni dati di identificazione; si illustrano le caratteristiche editoriali e la struttura principale; si riportano i dati sulla presenza di immagini (pubblicità, foto e tabelle) e sui contenuti, quali emersi dalla rilevazione empirica[6].

NOTE

[1] Si veda, in Appendice, l'*Elenco delle riviste di informatica* per gruppo editoriale.

[2] Per informazioni sul campione, la scheda e le procedure di rivelazione si veda in Appendice.

[3] Per la distribuzione dei contenuti nelle varie categorie di riviste confrontare anche la Tabella 1 nel capitolo n. 2 della seconda parte sui *Contenuti tecnici.*

[4] Fanno eccezione « Applicando » dedicata ai *personal* della *Apple*) e « Personal O » (sui modelli Olivetti) che, in base alla impostazione e distribuzione dei loro contenuti, si è preferito inserire rispettivamene tra le riviste di *Personal* e quelle di *Cultura informatica.*

[5] Fa eccezione « Videogiochi » che, pur distribuendo circa l'80% dei testi tra « Informatica altro » e « Produzione e mercato *hardware* e *software* », conserva un carattere prevalentemente ludico (soprattutto per i contenuti delle rubriche).

[6] Sia per quanto riguarda le immagini che i contenuti dei testi, si riportano le percentuali rilevate rispettivamente sul totale pagine e sul totale testi delle tre copie considerate per ogni testata. Relativamente ai contenuti, inoltre, si possono consultare le Tabelle 4, 6, 8 e 10.

CAPITOLO SECONDO

LE RIVISTE DI INFORMATICA PROFESSIONALE*

*Con la lettera « A » sono contrassegnate le riviste a carattere generale; con la lettera « B » quelle di settore o a tema più focalizzato.

A. 1. COMPUTERWORLD ITALIA

A.f.: *1982*; Ed.: *Computer Publishing Group, Viale Restelli 5, 20124 Milano*; D.: *Daniele Comboni*; D.R.: *Gianpietro Zanga*; P.: *settimanale*; F.: *285x410*; pp.: *21*; P.f.: *2.200*; Abb.: *78.000*; C.P.: *J. Advertising, Viale Restelli 5, 20124 Milano*; T.: *35.000*; Ac.: *è l'edizione italiana dell'omonima rivista americana*

Altre caratteristiche editoriali

Come in un quotidiano di informazione, la prima pagina è utilizzata soprattutto per richiamare gli articoli principali contenuti all'interno. Non vi sono immagini in « copertina », dunque, ma solo testi. Nell'« indice » si evidenziano i vari settori in cui la rivista è strutturata mentre l'indicazione degli « autori » e, a volte, i « sommari » sono riportati solo nello spazio dei relativi interventi.

Ogni fascicolo pubblica, in genere, una decina di articoli di varie dimensioni e qualche rara intervista. Troviamo, inoltre, un lungo intervento (a volte, sostituito da uno « speciale » su mostre o convegni) che analizza *in profondità* — così viene definita la speciale sezione in cui è inserito — problematiche legate prevalentemente ad aspetti tecnico-metodologici.

La rivista è organizzata in settori tematici (*Software e servizi, Communciations, Sistemi e periferiche, Industria e mercato*, ecc.) che, comprendendo qualche articolo e una serie di segnalazioni, potrebbero essere indicati in alcuni casi come altrettante « rubriche » e « notiziari ». Tuttavia, si elencano qui di seguito solo quelli che più si avvicina-

no alle caratteristiche di una vera e propria « rubrica »: 1) *Ultimissime*: 2-3 brevissime segnalazioni, pubblicate in prima pagina, e riguardanti prevalentemente la produzione e il mercato dell'*hardware* e le attività di società che operano nel settore. 2) *Via telex*: brevissime da tutto il mondo su aziende, produzione e mercato dell'*hardware* e telematica (una pagina, 4-5 segnalazioni). 3) *News*: articoli e/o segnalazioni su accordi tra società, produzione e mercato *hard* e *soft*, telematica e telecomunicazioni, ecc. (in media, 3-4 pagine). 4) *Occhio ai micro*: notizie sui microcomputer (una pagina). 5) *Turnover*: rubrica di piccoli annunci (mezza pagina). 6) *Corsi e seminari*: calendario (una pagina). 7) *Freschi di stampa*: brevi schede su libri di informatica presenti sul mercato italiano (una pagina, 6-7 segnalazioni). 8) *Dalla stampa finanziaria* (nel numero di settembre): notizie tratte dalla stampa americana su produzione e profitti di società (una pagina, 4 segnalazioni).

I contenuti di tali rubriche, che tuttavia non sono presenti in ogni numero, riguardano sia l'Italia sia l'estero.

Infine, la percentuale di « pubblicità » della rivista è abbastanza elevata (il 46% sul totale pagine analizzate), mentre uno spazio minore è destinato a foto (il 3%) e tabelle (4%).

Contenuti

« Computerworld Italia » è un settimanale di informazione, rivolto prevalentemente agli operatori EDP e alle aziende. I contenuti vertono soprattutto sulla produzione e il mercato dell'*hardware* e del *software* (il 46% su un totale di 32 testi), ma un certo spazio è dedicato anche alla teoria e metodologia dell'informatica (quasi il 15%), alle applicazioni (che coprono, con riferimento soprattutto al campo finanziario, il 15%) e alla telematica (9%).

Data la particolare struttura della rivista cui accennavamo in precedenza, infine, va ricordato che tali argomenti sono spesso trattati anche a livello di segnalazioni.

A. 2. DATA MANAGER

A.F.: *1975*; Ed.: *F.lli Pini, Via L.B. Alberti 10, 20149 Milano*; Red.: *F.lli Pini Editore, Via L.B. Alberti 10, 20149 Milano*; D.R.: *Giordano Pini*; P.: *mensile*; F.: *210 x 285*; pp.: *97*; p.f.: *5.000*; Abb.: *40.000*; C.P.: *F.lli Pini Editore, Via L.B. Alberti 10, 20149 Milano*; T.: *30.000*; C.v.: *28.566*; Ac.: *utilizza i testi delle riviste* « Byte International », « Infosystem » *e* « International System », *in base ad un particolare accordo con i rispettivi editori*

Altre caratteristiche editoriali

La « copertina » è dedicata ad uno o più protagonisti nel campo delle attività economico-industriali, ai quali di solito si ricollega l'articolo di apertura della rivista. A volte, in posizione marginale, ci sono anche oggetti informatici o altre immagini. L'« indice » contiene brevi sommari (spesso telegrafici), che ritroviamo nell'intestazione dei singoli interventi. Gli « autori » sono, in genere, indicati in una minoranza di casi e solo nello spazio dei relativi articoli.

La rivista pubblica in ogni numero una decina di testi di media lunghezza, tra cui ci sono anche saggi, inchieste e commenti. I saggi si riferiscono di solito all'articolo di apertura, mentre i commenti riguardano la rubrica *Informatica e società*, che si occupa soprattutto del diritto dell'informatica.

In ogni numero, sono presenti, inoltre, le seguenti « rubriche »: 1) *Scelti in libreria*: schede su libri di informatica italiani e stranieri (1-2 pagine, per una media di 6 segnalazioni). 2) *Agenda: corsi e seminari*: calendario di corsi e seminari in Italia e all'estero (una pagina). 3) *Hardware-software e servizi*: notiziario di cinque-sei pagine (in media 20 segnalazioni) su: produzione e tendenze di mercato, *hardware*, *software*, società, applicazioni varie, qualche convegno.

Nel numero di settembre troviamo un'altra rubrica. Si tratta di *Uomini alla ribalta*: brevissime schede informative su nuovi protagonisti, che ricoprono cariche dirigen-

ziali nelle aziende del settore (una pagina, con molte foto).

Per quanto riguarda la parte di « immagini », va innanzitutto rilevata la presenza di foto (il 7-8%, sul totale pagine complessivo) e di tabelle e figure (5-6%) che arricchiscono il testo. Inoltre, il 37% circa è coperto dalla pubblicità, relativa prevalentemente ad oggetti informatici (l'89 per cento circa sul totale delle pagine di pubblicità).

Contenuti

« Data Manager » è una rivista di informatica rivolta prevalentemente a dirigenti aziendali, operatori EDP e liberi professionisti. Si interessa ai vari aspetti legati alla diffusione dell'informatica nella società (la categoria « Stato dell'arte e previsioni » occupa il 46% circa su un totale di 30 testi), con riferimento soprattutto allo stato e alle prospettive di sviluppo delle tecnologie, alla informatizzazione delle aziende, ai problemi di natura giuridico-legislativa.

Particolare attenzione sembra destinata, tuttavia, al settore aziendale e alle esperienze di elaborazione dati in questo campo. Non a caso, in apertura di ogni numero è un saggio (basato su una lunga intervista) dedicato allo sviluppo dei sistemi informativi e delle tecnologie, informatiche e non, di grandi aziende che operano in Italia. Anche per quanto riguarda la sfera delle applicazioni (il 20%) — pur senza trascurare le attività scientifico-culturali e professionali — la rivista tratta soprattutto dei problemi della gestione aziendale.

Non mancano, infine, puntuali ricognizioni sull'andamento del mercato dell'*hardware* e del *software* e delle società che operano nel settore (la categoria « Produzione e mercato » copre, infatti, il 16% circa degli articoli); mentre un'attenzione abbastanza continua (il 10%) si rileva anche per gli strumenti della programmazione (informazione e commento, a volte con brevi listati esemplificativi, su un particolare linguaggio) o per i programmi di uso professionale.

A. 3. EDP TELEMATICA NOTIZIE

A.f.: *1966*; Ed.: *E.S.T.E., Via A. Sauli 3, 20127 Milano*; Red.: *Via A. Sauli 3, 20127 Milano*; D.R.: *Alessandro Delfino*; P.: *quindicinale*; F.: *213 x 300*; pp.: *34*; p.f.: *1.900*; Abb.: *38.000*; C.P.: *E.S.T.E., Via A. Sauli 3, 20127 Milano*; T.: *9.000*

Altre caratteristiche editoriali

Generalmente in prima pagina è pubblicato un breve articolo/editoriale (l'unico che si può rilevare in ogni numero) e alcune delle segnalazioni che costituiscono poi l'ossatura della rivista. L'« indice » evidenzia i settori in cui è strutturata la rivista e che costituiscono altrettanti « notiziari » su informatica e telematica in Italia e all'estero. Ne

indichiamo brevemente i contenuti: 1) *Notizie*: brevi e brevissime segnalazioni su società, tendenze di mercato e varie nel campo dell'informatica (in media 4-5 pagine e 20-25 segnalazioni). 2) *Telematica*: società e stato/sviluppo delle tecnologie nel settore (3-4 pagine, una quindicina di segnalazioni). 3) *Personal*: produzione e mercato, società, applicazioni e varie (1-2 pagine, 5-6 segnalazioni). 4) *Convegni*: segnalazioni di convegni, svoltisi in Italia, su informatica e telematica (una pagina, 4-5 segnalazioni). 5) *Tecnologia*: stato, ricerca e sviluppo nel campo delle tecnologie informatiche e dell'elettronica (2-3 pagine, 5-6 segnalazioni). 6) *Tendenze*: tendenze di mercato dell'*hardware* e del *software* e diffusione delle tecnologie informatiche (2 pagine, 3-4 segnalazioni). 7) *Software*: produzione e mercato del *software* (2-3 pagine, una decina di segnalazioni). 8) *Hardware*: produzione e mercato dell'*hardware* (2-3 pagine, 5-6 segnalazioni). 9) *Varie*: a) *formazione* (corsi); b) *manifestazioni* (convegni e conferenze); c) *letture* (brevi schede su libri di informatica) (nel complesso, 2-3 pagine e una quindicina di segnalazioni).

La rivista pubblica, inoltre, le seguenti rubriche: 1) *Piccola pubblicità*: compravendita di *hardware* e *software* e richiesta/offerta di lavoro (una pagina). 2) *Indirizzi utili*: elenco punti vendita (una pagina).

Per quanto riguarda le « immagini », la rivista dedica il 35% circa del totale delle pagine alla pubblicità di prodotti informatici, il 2-3% alle foto e l'1-2% alle tabelle.

Contenuti

« EDP telematica » è un quindicinale di informazione informatica e aggiornamento professionale, rivolto soprattutto a dirigenti di azienda e di enti pubblici, a consulenti e professionisti EDP. Come già accennato, si pubblicano complessivamente 3 articoli, che riguardano aspetti relativi allo stato dell'arte (66%) o problemi di produzione e mercato (33%).

A. 4. INFORMATICA OGGI

A.f.: *1980*; Ed.: *Gruppo Editoriale Jackson, Via Rossellini 12, 20124 Milano*; Red.: *Via Rossellini 12, 20124 Milano*; D.R.: *Giampietro Zanga; P.: mensile*; F.: *210 x 280*; pp.: *126*; p.f.: *3.500*; Abb.: *31.000*; C.P.: *J. Advertising, Viale Restelli 5, 20124 Milano*; T.: *30.000*

Altre caratteristiche editoriali

La « copertina » è dedicata a foto di oggetti informatici (a volte, sono rappresentati anche persone e oggetti di altro genere). L'« indice » è sintetico. Gli « autori » sono indicati nell'intestazione dei singoli interventi, di cui si può rilevare la presenza di sommari.

Ogni fascicolo pubblica, in media, una decina di testi, fra cui l'editoriale, un saggio e uno « speciale » e qualche intervista. L'editoriale si sofferma, di solito, sulla situazione e le tendenze del mercato nel settore informatico; i saggi (arricchiti da grafici e prospetti) vertono soprattutto su aspetti tecnico-metodologici dell'informatica o della telematica; le interviste riguardano professionisti del settore. Va rilevato, infine, che alcuni articoli sono dei brevi interventi compresi nelle rubriche « *Debugging* » (società e

mercato) e *Osservatorio Marketing* (applicazioni dell'informatica in campo economico).

Le altre « rubriche » fisse sono qui di seguito elencate: 1) *Zoom*: notiziario (curato dall'ISPA) su attività di ricerca, aziende e occupazione, produzione e mercato *hardware* e *software*, società, mostre e convegni, telematica e telecomunicazioni. Le segnalazioni riguardano l'Italia e l'estero (10-12 pagine, 40-50 segnalazioni). 2) *Hard-soft news*: notiziario sulle attività di società *hardware e software* (con indirizzi) in Italia e all'estero (7-8 pagine, una quindicina di segnalazioni). 3) *In libreria*: brevi schede su libri di informatica italiani e stranieri (2 pagine, 3 schede). 4) *Mostre e convegni*: calendario di mostre e convegni da svolgersi in Italia e all'estero (1-2 pagine). A volte, questa sezione comprende anche articoli e segnalazioni su convegni tenuti di recente in Italia. 5) *Corsi e seminari*: calendario di corsi e seminari da svolgersi in Italia (2-3 pagine).

Per quanto riguarda le « immagini », la rivista dedica il 40% circa del suo spazio alla pubblicità di prodotti informatici, il 4% a figure e tabelle, e il 3% alle foto.

Contenuti

« Informatica oggi » è un mensile sui micro e mini *computers*, i sistemi di trasmissione e elaborazione dati, l'*office automation* e la telematica. Si rivolge prevalentemente ad aziende e professionisti EDP. La maggior parte degli interventi rientra nell'area della produzione e, soprattutto, del mercato *hardware* e *software* (il 46% su un totale complessivo di 28 testi), ma una certa attenzione si rileva anche per le applicazioni in campo economico (quasi il 18%). In questo ultimo caso, si fa spesso riferimento al *software* disponibile o a problemi metodologici.

Infine, allo « Stato dell'arte e previsioni » (in particolare, teorie, metodologie e impatto sociale dell'informatica), alla Intelligenza artificiale e alla telematica è dedicato il 10% circa sul totale.

A. 5. INFORMATICA 70

A.f.: *1972*; Ed.: *Il Crogiolo, Piazza Gen. Cantore 12, 20123 Milano*; Red.: *Via Cardinal Massaia 25, 15100 Alessandria*; D.R.: *Rodolfo Grigolato*; P.: *mensile*; F.: *210 x 290*; pp.: *78*; p.f.: *4.000*; Abb.: *40.000*; C.P.: *Il Crogiolo, Piazza Gen. Cantore 12, 20123 Milano*; T.: *15.000*

Altre caratteristiche editoriali

La « copertina » è, di solito, dedicata ad immagini di grafica computerizzata. L'« indice » è strutturato su una evidenziazione dei settori e riporta l'indicazione degli « autori » per gli interventi principali. In questo ultimo caso, si rileva anche la presenza di sommari. Per ogni copia si pubblicano, in genere, una quindicina di testi, con presenze discontinue sia dell'editoriale sia di altri generi giornalistici. A volte, per argomenti di particolare interesse per la testata, si possono trovare serie di articoli su più numeri.

« Informatica 70 » è strutturata in due parti principali. La prima, « Infoscopio », raccoglie brevi articoli dedicati prevalentemente a società che operano nel settore, a prodotti e ad applicazioni varie. In alcuni casi, questa sezione costituisce un vero e proprio notiziario. Nella seconda parte, invece, vi sono articoli di varie dimensioni su diversi aspetti della attualità informatica.

Le « rubriche » (di cui solo le prime quattro presenti in ogni numero) sono le seguenti: 1) *In libreria*: brevi schede su libri di informatica editi in Italia (1-2 pagine, una decina di schede). 2) *Fatti e cifre*: notiziario su società, mostre e convegni, mercato *hardware* e *software*, diffusio-

ne dell'informatica, telematica e telecomunicazioni. All'interno vi sono, a volte, specifiche sezioni sui protagonisti, gli accordi e i bilanci. Le segnalazioni riguardano sia l'Italia sia l'estero (4-5 pagine, dalle 15 alle 30 segnalazioni). 3) *On line*: notiziario su tendenze di mercato, società e protagonisti in Italia e all'estero (una pagina, 7-8 segnalazioni). 4) *Hard & soft*: notiziario (anche con lunghe segnalazioni) su produzione *hardware* e *software* (sistemi operativi, sistemi esperti, linguaggi, varie applicazioni) in Italia e all'estero (dalle 4 alle 15 pagine e dalle 10 alle 40 segnalazioni). 5) *Vita delle società*: notiziario sulle attività di società che operano nel settore, in Italia e all'estero (3 pagine, 10 segnalazioni). 6) *Spazio scuola*: notiziario (anche con lunghe segnalazioni) sui rapporti tra scuola e informatica, con particolare riferimento al contesto italiano (2 pagine, 5 segnalazioni). 7) *Formazione*: calendario dei corsi di informatica (prevalentemente a livello professionale) in Italia (una pagina). 8) *Il calendario dell'EDP*: calendario di mostre e convegni in Italia e all'estero (una pagina).

Per quanto riguarda le « immagini », va innanzitutto rilevata la ricca presenza di foto (il 13% sul totale pagine) e, in misura minore, di tabelle e grafici (4%). La pubblicità, relativa esclusivamente a prodotti informatici, è presente per il 33%.

Contenuti

« Informatica 70 » è un mensile di informatica professionale, rivolto prevalentemente alle aziende e ai professionisti del settore. E' attento soprattutto alla produzione e al mercato *hardware* e *software* (il 59% su un totale complessivo di 37 testi), ma anche alle applicazioni in campo economico (16%) e allo stato e le prospettive di sviluppo dell'informatica (13%). E' frequente il riferimento ad attività di aziende o società che operano in Italia. Infine, non mancano brevi presentazioni di programmi professionali (5%).

A. 6. LINEA EDP

A.f.: *1978*; Ed.: *Alfa Linea, Piazza Cavour 2, 20121 Milano*; Red.: *Piazza Cavour 2, 20121 Milano*; D.R.: *Marco Bindi*; P.: *settimanale*; F.: *290 x 430*; pp.: *24*; p.f.: *1.600 (circa)*; Abb.: *70.000*; C.P.: *Alfa Linea, Via Olindo Guerrini 5, 20133 Milano*; T.: *70.000*; ADS/T.: *69.000*

Altre caratteristiche editoriali

In « copertina » si trovano parte dei testi pubblicati per esteso nelle pagine interne.

L'« indice », quando c'è, è sintetico o basato sull'evidenziazione dei settori. Gli « autori » sono indicati, in genere, nella intestazione dei singoli interventi (spesso preceduti anche da brevi sommari).

Ogni fascicolo pubblica mediamente una decina di testi, fra cui un commento e una inchiesta. Quest'ultima, di solito è suddivisa in più numeri e riguarda prevalentemente il mondo delle aziende. I commenti si riferiscono alla rubrica *Tra di noi*, dedicata ai rapporti tra informatica e società (applicazioni nei vari rami di attività).

La rivista è strutturata in diversi settori (Tecnologia, Servizi, Telecomunicazioni, Attualità, Nuovi prodotti) che comprendono articoli e segnalazioni e che, a volte, possono essere indicati come dei notiziari.

Da segnalare, infine, che il numero di settembre della testata si presenta molto più ricco, con l'ampliamento di alcuni settori e l'introduzione di nuovi spazi (sul *management*, l'istruzione, ecc.).

E veniamo ora alle « rubriche »: 1) *World news*: notizie dal mondo su nuovi prodotti *hardware* e *software* (1-2 pagine, una decina di segnalazioni). 2) *Ricerca & offerta*: piccoli annunci riguardanti l'area EDP, organizzati in *Ricerca personale, Vendita sistemi* e *Marketing file* (5-6 pagine).

La testata non pubblica foto né tabelle, mentre dedica alla pubblicità informatica il 58% circa del totale delle pagine.

Contenuti

« Linea EDP » è un settimanale di informatica rivolto prevalentemente a professionisti EDP e a società di produzione *hardware* e *software*.

I contenuti sono abbastanza distribuiti nelle varie aree tematiche: il 29% su un totale complessivo di 27 testi è dedicato alle applicazioni, con particolare riferimento al settore economico (22%) e a quello scientifico-culturale (7%); il 22% allo stato dell'arte (soprattutto agli aspetti tecnico-metodologici); e il 14% alla presentazione di *software* professionale e alla telematica. Si rilevano, inoltre, articoli su produzione e mercato (11%) e su informatica e lavoro (7%).

A. 7. L'INFORMATICA

A.f.: *1979*; Ed.: *Il Crogiolo, Piazza Gen. Cantore 12, 20123 Milano*; Red.: *Via Cardinal Massaia 25, 15100 Alessandria*; D.R.: *Rodolfo Grigolato*; D.E.: *Rodolfo Grigolato*; P.: *quindicinale*; F.: *210 x 295*; pp.: *24*; p.f.: *1.200 (circa)*; Abb.: *24.000*; C.P.: *Il Crogiolo, P.zza Gen. Cantore 12, 20123 Milano*; T.: *15.000*; ADS/T.: *14.000*

Altre caratteristiche editoriali

La « copertina » si distingue per la compresenza di diversi elementi: una parte di testo (segnalazioni/articoli che poi continuano nelle pagine interne) e una foto che ritrae persone al lavoro con il *computer* (più raramente, tro-

viamo *computers* e altri oggetti). L'« indice » è sintetico o manca del tutto. La rivista comprende una serie di notiziari, al cui interno si possono trovare anche segnalazioni particolarmente lunghe o evidenziate (considerate come articoli), e un breve testo di apertura. Nel complesso, si rilevano 3-4 articoli per ogni fascicolo.

Vediamo ora quali sono i contenuti dei « notiziari » e delle « rubriche » (precisando che non tutti sono presenti in ogni numero): 1) *Primo piano*: produzione e mercato *hardware*, società, applicazioni nelle aziende, telematica, corsi di formazione e varie. Le segnalazioni (circa 10 in 2-3 pagine) riguardano Italia e estero. 2) *Fatti e cifre*: attività di società italiane e straniere, stato e diffusione delle tecnologie informatiche, varie (4 pagine per una ventina di segnalazioni). 3) *Bilanci*: di società italiane e straniere (una pagina). 4) *Hardware* e *software*: produzione e mercato *hard* e *soft* (in media, 3-4 pagine e una decina di segnalazioni). 5) *Telecomunicazioni*: diffusione e sviluppo delle telecomunicazioni in Italia e all'estero (una pagina, 5 segnalazioni). 6) *Mostre e congressi*: svoltisi in Italia (una pagina, 6-7 segnalazioni). 7) *Accordi*: tra società italiane e straniere (una pagina, 10 segnalazioni). 8) *Formazione*: calendari di corsi di formazione in Italia (1-2 pagine).

Per finire, segnaliamo che il 37% dello spazio dedicato alle « immagini » è costituito da pubblicità di prodotti informatici e il 12% da foto riproducenti gli stessi oggetti.

Contenuti

« L'informatica » è un quindicinale di informazione su politica, economica e tecnica EDP, rivolta prevalentemente agli operatori del settore.

Si occupa soprattutto di produzione e mercato dell'*hardware* (che copre il 70% su un totale complessivo di 10 testi) in Italia e in Usa. Il restante 30% è equamente distribuito tra « Stato dell'arte e previsioni », « Applicazioni » nel settore economico e temi occasionali.

A. 8. SISTEMI E AUTOMAZIONE

A.f.: *1955*; Ed.: *E.S.T.E., Via A. Sauli 3, 20127 Milano*; Red.: *Via A. Sauli 3, 20127 Milano*; D.R.: *Mauro Bonetto Gandolfi*; P.: *mensile*; F.: *210 x 300*; pp.: *126*; p.f.: *5.000*; Abb.: *62.000*; C.P.: *E.S.T.E., Via A. Sauli 3, 20127 Milano*; T.: *7.500*

Altre caratteristiche editoriali

L'immagine di « copertina » è fissa e rappresenta persone al lavoro con il *computer* Nell'« indice » si evidenziano i settori in cui è strutturata la rivista. L'indicazione degli « autori » è riportata sia nell'indice (più raramente) sia nell'intestazione degli interventi. Questi ultimi sono a volte preceduti da brevi o brevissimi sommari.

Per ogni copia si pubblicano, in genere, una quindicina di testi, tra cui uno o più saggi, un commento e qualche rara inchiesta o intervista. I commenti si riferiscono all'articolo di attualità informatica che apre ogni numero della rivista. I saggi riguardano, in genere, metodologie di produzione *software*.

Oltre ad una sezione che raccoglie in media 5 lunghi articoli di vario contenuto, la rivista è organizzata in aree tematiche, alcune delle quali (come Personal in aziende e Telematica) comprendono sia segnalazioni sia articoli. In qualche modo, dunque, esse costituiscono anche delle rubriche informative. Va segnalato, infine, che a chiusura di

ogni numero vi è una parte documentaria su: *Norme e leggi sull'informatica.*

Vediamo ora quali sono le altre « rubriche » della rivista: 1) *Notizie*: segnalazioni e articoli su società che operano nel settore, informatica nelle aziende, convegni, servizi telematici, telecomunicazioni, elettronica, produzione *hardware* e *software*. Le notizie riguardano l'Italia e l'estero (8-9 pagine, 15-20 tra articoli e segnalazioni). 2) *Tecnologia e macchine*: notiziario su *computers*, periferiche, componenti tecnologiche e altre apparecchiature specializzate (in media, 5-6 pagine e 15-20 segnalazioni). 3) *Software*: schede/recensioni di *software* (4-5 pagine, una decina di schede). 4) *Recensioni e convegni*: recensioni su libri di informatica italiani e stranieri (3 pagine, 5-6 schede).

Per quanto riguarda le « immagini », va segnalata la presenza di grafici e tabelle (9% sul totale delle pagine) e di foto (3%) che arricchiscono il testo. La pubblicità, inoltre, copre il 26% (di cui il 61% riguarda prodotti informatici).

Contenuti

« Sistemi e automazione » è un mensile di *office automation*, elaborazione e trasmissione dati e telematica. Si rivolge prevalentemente ad aziende e professionisti EDP.

I contenuti risultano abbastanza distribuiti tra « Stato dell'arte e previsioni » (il 27%, relativo soprattutto al diritto dell'informatica e a problemi storico-metodologici, su un totale complessivo di 54 testi), « Produzione e mercato *hardware* e *software* » (22%) e « Formazione e programmi » (un 20% di *software* professionale, in genere). La presentazione dei programmi è condotta anche dal punto di vista degli aspetti metodologici.

Inoltre, alle applicazioni dell'informatica in campo economico e professionale (sviluppo di sistemi informativi sull'amministrazione) e alla telematica è destinato rispettivamente il 14-15% e il 7% degli articoli campionati.

A. 9. ZERO UNO

A.f.: *1982*; Ed.: *Arnoldo Mondadori, 20090 Segrate, Milano*; Red.: *20090 Segrate, Milano*; D.R.: *Italo Cammarata*; P.: *mensile*; F.: *204 x 270*; pp.: *153*; p.f.: *4.500*; Abb.: *49.500* C.P.: *Pubblicità Periodici Mondadori, 20090 Segrate, Milano*; ADS/T.: *30.946*; ADS/CV.: *20.158*; Ac.: *Pubblica in esclusiva i testi delle riviste* « High Technology » e « Byte »

Altre caratteristiche editoriali

In « copertina » sono pubblicate, generalmente, piccole immagini, con foto e grafica computerizzate. L'« indice » contiene brevi sommari. Sono quasi sempre indicati gli « autori » dei servizi e degli articoli. Ogni fascicolo pubblica tra i 40 e i 45 testi, tra cui l'editoriale, commenti e interviste. E' strutturato in tre grandi parti: *Le rubriche*, *I grandi servizi* (una decina di contributi sui vari aspetti dell'informatica; a volte, si tratta di interviste a protagonisti, oppure di servizi comprendenti brevi articoli e segnalazioni varie), *Qui personal* (una guida all'uso professionale del *computer*, con 6-7 articoli su applicazioni e programmi).

La parte sulle « rubriche » è, a sua volta, complessa e articolata. In apertura troviamo *Dietro la facciata*, con brevi e brevissimi articoli di contenuto vario. Seguono alcune « rubriche » dedicate a: *office automation*, diritto dell'informatica, applicazioni in campo commerciale, ecc.; altre sono dedicate prevalentemente allo sviluppo delle tecnologie informatiche, alla telematica e alla Intelligenza artificiale. Infine, vi è un'intera sezione sulla informatica nella scuola. In quest'ultima, troviamo qualche breve articolo inviato dai lettori; un notiziario su iniziative e manifestazioni in Italia e all'estero descrizioni di programmi; una breve scheda/recensione; infine, ma non sempre, una rubrica di corrispondenza.

Altre piccole « rubriche » sono: 1) *Dentro e fuori*: brevi notizie su nomine e movimenti di persone nelle società del settore che operano in Italia (1-2 pagine). 2) *Visto da vicino*: notizie su società, produzione e mercato *hardware* e *software*, applicazioni varie (3-4 pagine, 10-15 segnalazioni). 3) *Caro Zero Uno*: posta dei lettori, a volte con commenti su qualche articolo (una pagina, dalle 2 alle 5 lettere). 4) *Tavolo di lettura*: a) *schede* su libri di informatica italiani e stranieri (un paio di pagine, 6-7 schede); b) *stampa internazionale*: notizie varie tratte dalla stampa internazionale (2 pagine, 4-5 segnalazioni); c) *prima segnalazione*: elenchi di nuovi libri stranieri (una pagina). 5) *Qui Silicon Valley* (nel n. di giugno): notizie su società, produzione e mercato *hardware* e *software* all'estero (un paio di pagine, una decina di segnalazioni).

Va sottolineata la presenza di figure e tabelle (il 10% sul totale delle pagine) che completano il testo; inoltre, il 5% è coperto da fotografie e il 30% dalla pubblicità di prodotti informatici.

Contenuti

« Zero uno » si rivolge prevalentemente a funzionari e dirigenti di aziende e a liberi professionisti. I contenuti appaiono distribuiti in varie categorie tematiche: su un totale complessivo di 122 testi, il 22% è dedicato al settore delle applicazioni (soprattutto con riferimento al campo economico e, in questo ambito, all'amministrazione privata, al sistema finanziario e alla scuola); il 18-19% a « Stato dell'arte e previsioni » (prevalgono il diritto dell'informatica, la formazione e la teoria e metodologia) e a « Formazione e programmi » (soprattutto professionali); infine, il 13% circa da tendenze e situazioni di mercato dell'*hardware* e del *software*. Non sono trascurati neanche i rapporti tra informatica e lavoro (9%) e le prospettive di sviluppo aperte dalla Intelligenza artificiale e dalla telematica (in entrambi i casi, il 6-7%).

B. 10. COMPUS SCUOLA

A.f.: *1984*; Ed.: *Gruppo Editoriale Jackson, Via Rossellini 12, 20124 Milano*; Red.: *Via Rossellini 12, 20124 Milano*; D.R.: *Giampietro Zanga*; D.E.: *Daniele Comboni*; P.: *mensile*; F.: *210 x 280*; pp. *37*; p.f.: *3.000*; Abb.: *20.000*; C.P.: *J. Advertising, Viale Restelli 5, 20124 Milano*

Altre caratteristiche editoriali

In « copertina » è riportata parte dei testi degli articoli, ripresi poi nelle pagine interne. L'« indice » contiene brevi sommari, che ritroviamo nell'intestazione dei singoli interventi (almeno quelli principali). Relativamente a questi ultimi, è riportata l'indicazione degli « autori ». Per ogni fascicolo si pubblicano, in media, 11-12 articoli. Essi sono piuttosto brevi o pubblicati in più parti e appaiono variamente distribuiti nelle singole copie. La rivista, nata di recente, è andata infatti arricchendosi di testi (articoli e rubriche) e di immagini nel corso dei mesi.

Tra i settori più o meno fissi possiamo individuare le « rubriche » *Tam Tam* (articolo di un lettore su esperienze didattiche), *Digidattica* (sui linguaggi di programmazione) ed uno spazio dedicato al tema *scuola-handicap-informatica* (anch'esso aperto ai lettori).

Inoltre, sul numero di marzo inizia la pubblicazione di un piccolo dizionario di informatica; mentre su quello di giugno si apre un corso, prodotto da insegnanti e rivolto ad insegnanti, sulla programmazione di *software* didattico. Va rilevato, infine, che su iniziativa della rivista si organizzano convegni di cui vengono poi pubblicati gli atti.

Le rubriche sono le seguenti: 1) *Bacheca*: notizie o brevi articoli su convegni, corsi di formazione, produzione e mercato di *software* didattico, applicazioni didattiche e varie, in Italia e all'estero (in media, 4-5 pagine e una decina tra articoli e segnalazioni). 2) *Software*: schede/recensioni di *software* didattico di produzione italiana, con indicazione del produttore, del livello scolare, ecc. (1-2 pagine, 1-2 schede). 3) *Libri* (dal numero di giugno): schede/recensioni su libri di informatica (mezza pagina, una scheda).

Nel complesso, la rivista non presenta molte « immagini »: il 16% del totale delle pagine è coperto dalla pubblicità (di cui il 94% riguarda prodotti informatici); mentre tabelle e foto sono presenti rispettivamente per il 5% e il 4%.

Contenuti

« Compus scuola » è una rivista di informatica per la scuola italiana, rivolta prevalentemente ad insegnanti e professionisti nel mondo della scuola. Si occupa soprattutto delle applicazioni della informatica nella scuola (il 54% su un totale di 33 testi) e, a volte, nella ricerca scientifica e culturale (6%). Oltre agli articoli di commento relativi a questo settore, troviamo anche brevi presentazioni di *software* didattico e articoli sui linguaggi e sulla formazione (nel complesso, il 27%). Non manca l'interesse per la più generale diffusione dell'informatica nella società e per le prospettive di sviluppo aperte dalla Intelligenza artificiale (in entrambi i casi, il 6%), anche se il riferimento ai problemi della scuola è sempre presente.

B. 11. IL DIRITTO DELL'INFORMAZIONE E DELL'INFORMATICA

A.f.: *1985*; Ed.: *A. Giuffré, Via Statuto 2, 20121 Milano*; Red.: *Corso Rinascimento 65, 00186 Roma*; D.R.: *Luca Boneschi*; P.: *quadrimestrale*; F.: *170 x 240*; pp.: *445*; p.f.: *20.000;* Abb.: *60.000*; C.P.: *Giuffré Editore - Servizio Pubblicità, Via Statuto 2, 20121 Milano*

Altre caratteristiche editoriali

La « copertina » è utilizzata per richiamare (con i titoli) i principali interventi pubblicati nel numero. L'« indice » generale evidenzia i settori in cui è strutturata la rivista; mentre nell'intestazione dei singoli testi troviamo anche il relativo indice dei paragrafi. In entrambi i casi, sono indicati gli « autori ». Su ogni fascicolo si pubblicano circa 35 testi.

La rivista presenta una struttura abbastanza rigida: si apre con un breve articolo (editoriale) su tematiche legate all'attualità giuridica; seguono una decina di « saggi » dedicati ai rapporti tra informazione e informatica; quindi, una raccolta di *materiale giurisprudenziale* organizzato in diversi settori di interesse (*Informazione, Informatica* e *Massimario*); infine, alcuni *Materiali* (un paio di articoli su informazione e informatica) e le « rubriche ».

Queste ultime sono qui di seguito elencate: 1) *Attività del Parlamento*: notizie o brevi articoli sulle attività della Camera, del Senato e della Commissione parlamentare di vigilanza sui servizi radiotelevisivi in materia di radiotelevi-

sione, informazione e telematica, telematica e informatica, *copyright*, tutela della *privacy*, ecc. (10-12 pagine e una decina di segnalazioni). 2) *Legislazione*: documenti e brevissime su leggi e decreti (da 1 a 8 pagine, più altrettante di segnalazioni e articoli/documenti). 3) *Notiziario*: osservatorio internazionale su convegni, attività di ricerca e di studio, progetti, ecc., soprattutto nel campo della informatica (3 pagine, circa 5 segnalazioni). 4) *Volumi pubblicati*: brevi e brevissime schede su libri di informatica editi prevalentemente in Italia (1-2 pagine, una decina di segnalazioni). 5) *Rassegna delle riviste*: segnalazioni di articoli apparsi su altre riviste e riguardanti le aree della informazione (radiotelevisione, stampa e editoria) e dell'informatica (banche dati, tutela del *software*, diritto penale, diritto del lavoro, informatica giuridica, ecc.) (5-6 pagine).

Secondo una caratteristica comune, in genere, a trimestrali e quadrimestrali, questa rivista presenta pochissime immagini. Mancano del tutto foto e tabelle, mentre alla pubblicità (che troviamo solo nelle ultime pagine) è destinato il 2% sul totale delle pagine.

Contenuti

« Il diritto dell'informazione e dell'informatica » è un quadrimestrale di informatica e *mass media*, edita a cura del Centro di Iniziativa Giuridica Piero Calamandrei. Si rivolge prevalentemente agli operatori del settore. Sua finalità principale è di promuevere analisi interdisciplinari sull'informazione e l'informatica e favorire il dibattito sulle possibili forme legislative o soluzioni giurisprudenziali in questo ambito.

Tra articoli e saggi sui *mass media* e materiale documentario di tipo giuridico, dunque, la categoria « Altro » copre circa il 70% sul totale complessivo dei testi (69); mentre al diritto dell'informatica (con riferimento anche ai problemi attinenti la tutela dei valori della persona) è destinato il 26%.

B. 12. INFORMATICA ED ENTI LOCALI

A.f.: *1983*; Ed.: *Maggioli, Via Crimea 5, 47037 Rimini (FO)*; Red.: *Via Crimea 5, 47037 Rimini (FO)*; D.: *Donato Limone*; D.R.: *Manlio Maggioli*; P.: *trimestrale*; F.: *170 x 240*; pp.: *162*; p.f.: *16.500 (circa)*; Abb.: *66.000*; C.P.: *Alfa Media, Via L. Signorelli 11, 00196 Roma*; T.: *15.000*

Altre caratteristiche editoriali

La « copertina » presenta una immagine grafica fissa. L'« indice » è strutturato in base ai settori e riporta l'indicazione degli « autori » che ritroviamo anche nello spazio dei singoli interventi. Ogni fascicolo pubblica 7-8 testi, tra cui l'editoriale e un paio di saggi. L'editoriale contiene una breve presentazione del numero (a volte è brevissimo, per cui è stato considerato come segnalazione).

La rivista è strutturata in tre grandi sezioni: *Contributi* (articoli su informatica nell'amministrazione locale); *Metodologie e tecnologie* (articoli/saggi sulle tecnologie informatiche o sui sistemi informativi in alcuni rami di attività economica); *Legislazione e documentazione* (documenti inerenti la legislazione in materia di informatica e governo locale).

Troviamo, inoltre, le seguenti « rubriche »: 1) *Notiziario*: schede/segnalazioni di convegni di informatica svoltisi in Italia, con elenchi dei partecipanti e delle relazioni presentate (in media, 4-5 pagine e un paio di segnalazioni). 2) *Recensioni e segnalazioni*: brevi recensioni di libri di informatica (con l'indice del volume) editi in Italia (4-5 pagine, un paio di segnalazioni). A volte, sono qui comprese anche segnalazioni di convegni.

Per quanto riguarda le « immagini », sono praticamente assenti le foto lo 0.2% sul totale delle pagine); è scar sa la pubblicità (un 8%, quasi sempre relativa a prodotti informatici), ma piuttosto rilevante è la presenza di grafici e tabelle (17-18%). Questi ultimi sono compresi soprattutto nei saggi.

Contenuti

« Informatica ed enti locali » è un trimestrale di metodologie e tecniche dell'informazione per il governo locale. Si rivolge prevalentemente ad amministratori e funzionari direttivi degli enti locali, a funzionari di aziende che operano nel settore dell'informatica e a consulenti.

Su un totale complessivo di 24 testi analizzati, il 75% riguarda le applicazioni nel campo dell'amministrazione locale e, in misura minore, della sanità. In questo ambito, spesso si affrontano problemi legati alla progettazione di sistemi informativi.

Infine, va segnalato anche l'interesse per gli aspetti più generali della diffusione sociale dell'informatica (« Stato dell'arte e previsioni »), cui è destinato il 16%.

B. 13. OFFICE AUTOMATION

A.f.: *1980*; Ed.: *Soiel International, Via L. Settala 8, 20124 Milano*; Red.: *Via L. Settala 8, 20124 Milano*; D.R.: *Grazia Gargiulo*; P.: *mensile*; F.: *210 x 297*; pp.: *118*; p.f.: *5.000*; Abb.: *50.000*; C.P.: *Soiel International, Via L. Settala 8, 20124 Milano*; T.: *10.000*

Altre caratteristiche editoriali

La « copertina » è di solito dedicata ad oggetti informatici (a volte, si rileva anche la presenza di persone). L'« indice » contiene brevi sommari, che ritroviamo nell'intestazione degli interventi principali (anche se spesso in forma di sottotitoli). Gli « autori » sono indicati solo relativamente ai singoli testi.

Ogni fascicolo pubblica una ventina di testi, fra cui l'editoriale, un commento, un paio di saggi e qualche intervista. L'editoriale è un breve articolo su iniziative varie (come i convegni organizzati dalla rivista stessa); i commenti si riferiscono ad una rubrica fissa (*Argomenti*) dedicata a problemi di attualità; alle interviste con protagonisti nel settore è di solito destinata la rubrica *Incontri*. I saggi si ritrovano in due o tre appuntamenti mensili: uno *Studio di casi* (esperienze di *office automation*, progetti pilota, ecc., in una particolare azienda); uno *Spe-*

ciale a cura della redazione dedicato prevalentemente alla telematica aziendale; e un *Dossier del mese*, anch'esso a cura della redazione, su prodotti e tendenze del mercato nel settore dell'*office automation*. Altri articoli, infine, sono compresi in rubriche di diverso contenuto (*Dentro la notizia*, *Osservatorio bancario*, *Consulenza*, *Divagazioni*).

Le altre rubriche sono qui di seguito elencate: 1) *Recensioni* (o *Le novità in libreria*): schede su libri di informatica italiani e stranieri (un paio di pagine, 6-7 schede). 2) *Notizie flash dalle aziende*: gli *uomini*, le *strutture*, i *fatti*, l'*organizzazione*, i *risultati*, i *bilanci*, in Italia e all'estero (4-5 pagine, dalle 15 alle 30 segnalazioni). 3) *Cosa c'è di nuovo: per la telematica*, l'*organizzazione aziendale*, i *sistemi d'ufficio* (4 pagine, una quindicina di segnalazioni).

Per concludere, riportiamo i dati relativi al contenuto di « immagini »: il 38% dello spazio della rivista è coperto da pubblicità di prodotti informatici, il 4% da grafici e tabelle, e il 3% da foto.

Contenuti

« Office automation » è un mensile di informatica aziendale, rivolto prevalentemente a dirigenti, funzionari e consulenti nei vari settori economici (industria e commercio, credito, pubblica amministrazione, ecc.).

Affronta le problematiche dell'*office automation* a vari livelli e da diverse angolazioni: il 31-32% del totale complessivo dei testi (57) riguarda i settori della finanza e del credito e quello dell'amministrazione privata; il 19% le reti di telecomunicazioni; e il 17% lo stato dell'arte e le strategie di sviluppo nel settore.

Infine, si rileva ancora un 19% di interventi testuali sui prodotti (*mainframe* e *personal*) e le strategie di mercato di società che operano nel settore. Anche in questo caso, il punto di riferimento principale è nella informatica aziendale.

B. 14. RIVISTA DI INFORMATICA

A.f.: *1970*; Ed.: *Masson Italia, Via G. Pascoli 55, 20133 Milano*; Red.: *Via G. Pascoli 55, 20133 Milano*; D.R.: *Luigi Dadda*; D.E.: *Fabio A. Schreiber*; P.: *trimestrale*; F.: *148 x 210*; pp.: *220*; p.f.: *15.000*; Abb.: *50.000*; C.P.: *Masson Italia, Via G. Pascoli 55, 20133 Milano*

Altre caratteristiche editoriali

In « copertina » sono pubblicati i titoli degli interventi compresi nel numero. L'« indice » è sintetico; gli « autori » sono indicati sia nell'indice sia nell'intestazione dei singoli testi, dove troviamo anche brevi *sommari* in italiano e in inglese (qualche volta).

Per ogni fascicolo si pubblicano 6-7 testi tra cui l'editoriale e un paio di saggi. L'articolo di apertura verte su temi di attualità informatica; mentre i saggi, che occupano le pagine centrali della rivista, sono a carattere prevalentemente teorico/metodologico. Vi è, infine, un'ultima sezione (*Note brevi*) che comprende 3-4 articoli brevi (tra cui uno in lingua inglese) di contenuto vario.

Le rubriche sono le seguenti: 1) *Notizie AICA*: brevi schede informative e segnalazioni su mostre, convegni e *stages* promossi dall'Associazione Italiana per l'Informatica e il Calcolo automatico (8-9 pagine, 5-10 segnalazioni). 2) *Altre associazioni*: notizie sulle attività di altre associazioni che operano nel settore (2-3 pagine, da 1 a 4 segnalazioni). 3) *Biblioteca*: schede di libri di informatica italiani e stranieri (10-12 pagine, dalle 6 alle 10 schede). 4) *Prodotti e applicazioni*: varie su calcolatori grandi e medi, stazioni di lavoro integrate, elaboratori personali, servizi telematici, *software*, ecc. (4-5 pagine, 5-6 segnalazioni). 5) *Calendario:* convegni di informatica da svolgersi in Italia o all'estero, con gli indirizzi cui rivolgersi per eventuali informazioni (3-4 pagine).

Infine, va segnalato che la rivista presenta pochissime « immagini »: il 3% di pubblicità informatica (inserita nelle pagine finali) e il 3-4% di figure e tabelle.

Contenuti

« Rivista di informatica » è l'organo ufficiale dell'Associazione Italiana per l'Informatica e il Calcolo Automatico (AICA). Si rivolge prevalentemente ad operatori e professionisti nel settore EDP.

Si occupa di teoria e metodologia dell'informatica, con particolare riferimento al trattamento e all'analisi dei dati, alle tecniche di programmazione e alla progettazione di sistemi informativi. La categoria « Stato dell'arte e previsioni » (e, in questo ambito, soprattutto gli aspetti teorici e metodologici) copre, infatti, il 69% su un totale complessivo di 13 testi.

Ed è ancora con questo tipo di approccio che ci si sofferma sulle applicazioni dell'informatica nella attività economica e nella ricerca scientifica e culturale (complessivamente, il 23%), oppure su particolari tipi di *software* (il 7-8%).

Le rubriche sono (elencazione 1) Attualità (notizie brevi, schede informative e recensioni su mostre, convegni e fiere promosse dall'Associazione o comunque non l'informatica e il Calcolo automatico (5-6 pagine, 5-7 segnalazioni); 2) Affari e mercato (notizie sulle attività e iniziative delle aziende che operano nel settore (3-4 pagine, da 1 a 4 segnalazioni); 3) Biblioteca (schede di libri di informatica italiani e stranieri (10-12 pagine, dalle 4 alle 10 schede); 4) Prodotti e applicazioni (notizie su calcolatori grandi e medi, stazioni di lavoro integrate, elaboratori personali, servizi telematici, software, ecc. (4-5 pagine, 5-6 segnalazioni); 5) Calendario (convegni di informatica da svolgersi in Italia o all'estero, con gli indirizzi cui rivolgersi per eventuali informazioni (3-4 pagine).

Infine, va segnalato che la rivista presenta pochissime « immagini »: il 3% di pubblicità informatica (inserita nelle pagine finali) e il 3-4% di figure e tabelle.

Contenuti

« Rivista di informatica » è l'organo ufficiale dell'Associazione Italiana per l'Informatica e il Calcolo Automatico (AICA). Si rivolge prevalentemente ad operatori e professionisti del settore EDP.

Si occupa di teoria e metodologia dell'informatica, con particolare riferimento al trattamento e all'analisi dei dati, alle tecniche di programmazione e alla progettazione di sistemi informativi. La categoria « teoria, metodologia e ricerca » è, in questo ambito, [illegible] e metodologie) copre, infatti, il 67% su un totale complessivo di 11 testi.

Ed è ancora con notevole [illegible] che si nota [illegible] sulle applicazioni dell'informatica nella attività di « convivenza » nella ricerca scientifica e culturale [illegible] 7,5%).

CAPITOLO TERZO

LE RIVISTE DI PERSONAL

1. APPLICANDO

A.f.: *1983*; Ed.: *Editronica, Corso Monforte 39, 20122 Milano*; Red.: *Corso Monforte 39, 20122 Milano*; D.R.: *Stefano Benvenuti*; P.: *mensile*; F.: *190 x 263*; pp.: *95*; p.f.: *5.000*; Abb.: *40.000*; C.P.: *Studio Sfera, 1ª strada 24, Milano San Felice, 20090 Segrate (MI)*; T.: *38.000*

Altre caratteristiche editoriali

L'immagine di « copertina » si richiama ai contenuti dell'articolo principale del numero, che consiste in genere nella descrizione dettagliata di un gioco particolarmente elaborato e complesso. Spesso troviamo, dunque, foto di oggetti non informatici (come per i giochi di carte, ad esempio), con o senza la presenza di persone. L'« indice » contiene brevi sommari, che ritroviamo anche nell'intestazione dei singoli articoli. Molto raramente sono indicati gli « autori ».

In ogni numero si pubblicano l'editoriale (breve presentazione dei contenuti) e una decina di testi, in genere di media lunghezza e arricchiti con prospetti e tabelle. L'articolo di copertina, inoltre, è piuttosto ampio e contiene segnalazioni e glossari al suo interno.

Alcuni testi costituiscono (o sono inseriti in) altrettante rubriche: *Per chi comincia* (un articolo, identico per ogni numero, che introduce i principianti all'uso dei *computers* « Apple »); *Appliscuola* (presentazione di programmi didattici di livello abbastanza avanzato); *Applihelp* (un testo che comprende serie di istruzioni sulla programmazione); e infine, *Appleworks* (corso pratico per l'uso del programma « Appleworks », che comprende 5 modelli di *spreadsheet*, 3 di *data base* e 2 di *wordprocessor*).

Troviamo, inoltre, le seguenti rubriche informative: 1) *Applichi*: notizie (a volte, anche qualche breve articolo) sulla diffusione dei *personal computers* « Apple » presso professionisti e aziende in Italia (un paio di pagine, per un numero di segnalazioni variabile da 2 a 7). 2) *Applicosa*: varie (anche con lunghe segnalazioni) sui *personal com-*

puters « Apple » (una media di 4-5 pagine e una decina di segnalazioni). A volte, è qui compresa la sottorubrica *Biblioteca Apple* (brevi schede di libri, italiani e stranieri, sui *P.C. Apple*). 3) *Applicando si trova anche qui*: elenco dei *computer shop* presso cui è possibile acquistare o abbonarsi ad « Applicando » (2-3 pagine). 4) *MacNews*: schede/recensioni di *software* per il « MacIntosh » (3-4 pagine, una decina di segnalazioni). Nel numero di settembre troviamo, invece, un catalogo aggiornato dei programmi disponibili per il « MacIntosh ». 5) *Disk service*: catalogo dei dischetti contenenti i programmi pubblicati sulla rivista (una o più pagine). 6) *Applelettere*: corrispondenza, con richieste di chiarimento sui programmi pubblicati (4-5 pagine). 7) *Il mercato delle mele*: compravendita e scambio di *hardware* e *software* e di libri (una pagina).

Per quanto riguarda le « immagini » si rileva un 29% di pubblicità, quasi esclusivamente relativa a prodotti informatici; un 12% tra foto e illustrazioni; e un 7% di tabelle.

Per finire, va segnalato che presso « Editronica » è pubblicato anche il catalogo « Le pagine del software e dell'hardware per Apple ». La rivista, a periodicità semestrale, è destinata in omaggio agli abbonati di « Applicando ».

Contenuti

« Applicando » è un mensile sui *personal computers* « Apple », rivolto a *hobbysti* e professionisti.

Pubblica programmi (l'88% su un totale complessivo di 34 articoli), che coprono le diverse aree di applicazione: da quelle professionali (soprattutto calcolo e contabilità) alle ricreative e alla semplice formazione. A volte, il *software* si accompagna a presentazioni e istruzioni particolarmente accurate. Non sempre si riportano i listati, che sono disponibili anche in dischetti. Infine, va segnalato che l'8% registrato dalla subcategoria « Informatica altro » si riferisce agli editoriali.

2. BIT

A.f.: *1978*; Ed.: *Gruppo Editoriale Jackson, Via Rossellini 12, 20124 Milano*; Red.: *Via Rossellini 12, 20124 Milano*; D.R.: *Giampietro Zanga*; D.E.: *Daniele Comboni*; P.: *mensile*; F.: *210 x 280*; pp.: *207*; p.f.: *5.000*; Abb.: *43.000*; C.P.: *J. Advertising, Viale Restelli 5, 20124 Milano*; T.: *9.000*

Altre caratteristiche editoriali

La « copertina » è prevalentemente dedicata a foto di oggetti informatici. L'« indice » si basa sull'evidenziazione dei settori e contiene brevi sommari degli articoli principali (che ritroviamo nel relativo spazio). Gli « autori » sono quasi sempre indicati. Per ogni numero si pubblicano l'editoriale (breve presentazione dei contenuti) e una trentina circa di articoli, prevalentemente di medie dimensioni.

La rivista è strutturata nelle seguenti sezioni: *Vetrina*: un paio di articoli dedicati a descrizioni di *hardware* o di *software*; all'interno, si può trovare anche *Slalom parallelo*: un confronto tra due o più macchine/accessori della stessa fascia di mercato (l'articolo è lungo e analitico). *Bitest*: prova d *hardware. Speciale...*: serie di articoli (dai 6 ai 12), di varie dimensioni, dedicato ad un particolare tipo di *computer* o categoria di *software.* Occupa tutta la parte centrale della rivista. *Software*: comprende un *softest* (prova di *software*) e 3-4 articoli di descrizione di *packages* di formazione o sui linguaggi. Particolare interesse si rileva, in questo ambito, per la grafica e le banche dati. *Hardware*: un articolo di formazione sull'elettronica

del *personal computer* (come espandere la capacità di memoria di una macchina, ecc.), con un breve listato di esemplificazione. *SuperBit*: un inserto dedicato ai *personal* più diffusi, che raccoglie una quindicina di programmi prevalentemente a carattere formativo e con listati. L'inserto, fino a gennaio-febbraio, era in allegato alla rivista.

Vi sono, inoltre, le seguenti « rubriche »: 1) *Bit flash* (o *News*): notizie su produzione e mercato dell'*hardware* e *software*, società, *clubs* e manifestazioni varie, in Italia e all'estero (una decina di pagine, 20-30 segnalazioni). 2) *La biblioteca di Bit* (o *BiblioBit*): schede di libri di informatica editi in Italia (un paio di pagine, 2-3 schede). 3) *Feedback*: corrispondenza, con richieste di informazioni e chiarimenti sui programmi pubblicati (una pagina). 4. *Bit borsa*: piccoli annunci di compravendita e scambio dell' *hardware* e del *software* (2-3 pagine). 5) *ComproBit* (non sempre presente): catalogo *hardware* (una quindicina di pagine).

Per quanto riguarda le « immagini », il 29% dello spazio della rivista è coperto da pubblicità informatica, il 6-7 per cento da foto e il 6% da tabelle e figure.

Va segnalato, infine, che presso la stessa casa editrice si pubblica anche l'Annuario di « Bit ».

Contenuti

« Bit » è un mensile di *personal, home* e *business computers*, rivolto prevalentemente a *hobbysti* e professionisti.

Si pubblicano vari tipi di programmi (il 71% su un totale complessivo di 88 testi), ma prevalgono gli articoli a carattere formativo e le applicazioni professionali (soprattutto *computer* grafica). I listati sono riportati nella maggioranza dei casi.

Si rilevano, inoltre, molte prove e descrizioni di prodotti *hardware* (il 18%); mentre emerge una certa attenzione anche per gli aspetti più generali relativi allo stato e alle prospettive di sviluppo della informatica (6-7%).

3. EG COMPUTER

A.f.: *1984*; Ed.: *I. Castelfranchi, Via dei Lavoratori 124, 20029 Cinisello Balsamo (MI)*; Red.: *Via dei Lavoratori 124, 20029 Cinisello Balsamo (MI)*; D.: *Cesare Rotondo*; D.R.: *Salvatore Lionetti*; P.: *mensile*; F.: *210 x 280*; pp.: *105*; p.f.: *4.000*; Abb.: *39.000*; C.P.: *Savix, Via dei Lavoratori 124, 20029 Cinisello Balsamo (MI)*; T.: *50.000*

Altre caratteristiche editoriali

La « copertina » presenta diversi tipi di immagini: il richiamo alla informatica è costante (o con la grafica computerizzata o con foto di oggetti informatici), ma in posizione rilevante sono più spesso l'immagine figurata di un ragazzo (che è un po' il simbolo della rivista) e fumetti (rappresentanti persone, animali e paesaggi).

L'« indice » (almeno dal numero di giugno in poi) si basa sull'evidenziazione dei settori e contiene brevi sommari degli articoli principali. Gli « autori » sono indicati nello spazio destinato ai singoli interventi, dove spesso ritroviamo anche i sommari.

In ogni numero sono pubblicati una decina di articoli di varie dimensioni e qualche breve intervista (con protagonisti di videogiochi).

Nel corso del periodo estivo, la rivista si è rinnovata nella struttura (scompaiono, in particolare, alcune rubriche di carattere prevalentemente ludico e il fumetto sul-

le avventure di « E.G. ») e, in parte, nei contenuti (meno elettronica e più informatica). Nella sua veste più recente, ritroviamo i seguenti spazi: qualche descrizione di *hardware* o *software*; un paio di articoli sull'elettronica pratica; una sezione sull'MSX, con le rubriche *Amici in MSX* (notizie e qualche breve articolo) e *Listando in MSX* (un paio di programmi di tipo formativo); infine, il corso di formazione *A scuola di computer* e la sezione *Listando si impara* (presentazioni di *software* ludico in forma didattica).

Vi sono, inoltre, le seguenti « rubriche » informative: 1) *Posta*: con richieste di informazioni sull'uso del *computer* (4-5 pagine). 2) *Notizie*: su produzione e mercato *hardware* e *software*, società, mostre e convegni, corsi di formazione, varie (5-6 pagine, una decina di segnalazioni). A volte è qui compresa una classifica dei giochi più venduti (*Olimpo*). 3) *Il parere di EG*: schede/recensioni di *software* ludico distribuito in Italia (8-9 pagine, una decina di schede). 4) *Affare fatto*: annunci di compravendita e scambio dell'*hardware* e del *software* (3 pagine).

Per quanto riguarda le « immagini » la rivista destina il 28% del totale pagine complessivo alla pubblicità (di cui il 94% relativo a prodotti informatici e il resto all'elettronica), il 17% a foto e illustrazioni (comprese le pagine del fumetto) e il 2% alle tabelle.

Contenuti

« EG computer » è un mensile di *home* e *personal computer* e di elettronica, rivolto prevalentemente a giovani *hobbysti*. I programmi, che rientrano soprattutto nell'area della formazione e in quella ricreativa (giochi di abilità), registrano il 57% su un totale complessivo di 40 articoli. Spesso si pubblicano i relativi listati.

Frequenti sono anche le descrizioni di prodotti *hardware* (20%); mentre all'elettronica (categoria « Altro ») è destinato il 12%.

4. HOME COMPUTER

A.f.: *1984*; Ed.: *Gruppo Editoriale Jackson, Via Rossellini 12, 20124 Milano*; Red.: *Via Rossellini 12, 20124 Milano*; D.: *Stefano Guadagni*; D.R.: *Paolo Reina*; D.E.: *Daniele Comboni*; P.: *mensile*; F.: *210 x 280*; pp.: *89*; p.f.: *3.500*; Abb.: *31.500*; C.P.: *J. Advertising, Viale Restelli 5, 20124 Milano*; T.: *6.000*

Altre caratteristiche editoriali

In « copertina » vi è, in genere, l'immagine figurata di un ragazzo che gioca con il *personal computer*.

L'« indice » si basa sull'evidenziazione dei settori e contiene qualche breve sommario, che ritroviamo più frequentemente nell'intestazione dei singoli articoli. In quest'ultimo caso, sono anche indicati gli « autori ».

Per ogni numero si pubblicano una decina di articoli (tra cui si può trovare un breve editoriale). Oltre a qualche descrizione di *hardware* (spesso relativa ad aspetti particolari della macchina, come le capacità grafiche, ecc.), la rivista comprende un'intera sezione dedicata ai programmi (*Di fronte al computer*).

Vi sono, inoltre, le seguenti « rubriche »: 1) *Personalissimo*: corrispondenza, con richieste di informazioni e chiarimenti sui programmi (4-5 pagine). 2) *Uniti sì ma insieme ad Accacì!*: scambi di informazioni tra utenti, richieste di corrispondenza e annunci sulla costituzione di *clubs* (una pagina). 3) *News*: notizie su produzione e mercato *hardware e software*, società, altre iniziative e manifestazioni in Italia e all'estero (6-7 pagine, una ventina di segnalazioni). 4) *Softest*: schede/recensioni di *software* ludico o di utilità personale (una quindicina di pagine per una media di 20 schede). Si possono qui trovare, inoltre, schede sparse su libri di informatica editi dal « Gruppo Editoriale Jackson ». 5) *Mercato*: catalogo *hardware* (2 pagine). 6) *Vendo compro cambio*: piccoli annunci (2 pagine).

Per quanto riguarda le « immagini », abbiamo il 24% di pubblicità informatica sul totale complessivo delle pagine, il 10% di foto e illustrazioni e il 2% di figure e tabelle.

Contenuti

« Home computer » è un mensile sull'uso del *computer* in casa, rivolto prevalentemente ad *hobbysti*.

Si rilevano qualche descrizione di prodotti *hardware* e esempi di applicazioni soprattutto in campo scientifico-culturale (in entrambi i casi, l'8-9% su un totale complessivo di 35 articoli), ma l'interesse prevalente è ancora per i programmi (80%). Si tratta di articoli a carattere formativo, prove o descrizioni di *software* ludico e qualche altro pacchetto per uso didattico e *hobbystico*. Quasi sempre si pubblicano i listati.

5. MC MICROCOMPUTER

A.f.: *1981*; Ed.: *Technimedia, Via C. Perrier 9, 00197 Roma*; Red.: *Via C. Perrier 9, 00197 Roma*; D.: *Paolo Nuti*; C.D.: *Marco Marinacci*; D.R.: *Marco Marinacci*; P.: *mensile*; F.: *210 x 270*; pp. *198*; p.f.: *4.000*; Abb.: *40.000*; C.P.: *Technimedia, Via C. Perrier 9, 00197 Roma*; T.: *70.000*; C.v.: *50.000*

Altre caratteristiche editoriali

In « copertina » troviamo prevalentemente foto di oggetti informatici.

L'« indice » è sintetico, mentre sommari (a volte anche piuttosto lunghi) sono riportati nello spazio dei singoli articoli. In entrambi i casi, inoltre, sono indicati gli « autori ».

Per ogni numero si pubblicano un breve editoriale e circa 30-35 articoli, tra descrizioni e prove di *hardware* o *software* e programmi di formazione. A questi ultimi è dedicata un'intera sezione (con molti listati), strutturata secondo i diversi modelli di *personal computer* e aperta anche alla collaborazione dei lettori. In genere, gli articoli sono lunghi e analitici, mentre più breve è la presentazione dei programmi con listati.

Le « rubriche » sono le seguenti: 1) *Posta*: con richieste di chiarimento sui programmi pubblicati (2-3 pagine).

2) *News!*: notizie su prodotti *hardware* e *software*, società, mostre, convegni e applicazioni varie, in Italia e all'estero. Si riportano anche gli indirizzi delle società di produzione (3-4 pagine, una quindicina di segnalazioni). 3) *Libri*: schede e brevi segnalazioni su libri di informatica italiani e stranieri (un paio di pagine, 5-6 schede). 4) *Giochi*: schede/recensioni di *software* ludico distribuito in Italia (7-8 pagine, una decina di schede). 5) *Guida computer*: catalogo di *personal computer* e accessori (una quindicina di pagine). 6) *Micromarket, Micromeeting, Microtrade*: piccoli annunci per compra-vendita e scambio dell'usato, richiesta di contatti, e altri annunci (a pagamento) di carattere commerciale (7-8 pagine). Infine, vi è anche un *Elenco del software disponibile su cassetta o minifloppy* presso la rivista.

Per quanto riguarda il contenuto di « immagini », il 30% circa del totale complessivo delle pagine è coperto da pubblicità informatica, l'11% da foto e il 4% da tabelle.

Contenuti

« Mc Microcomputer » è un mensile di *hardware* e *software* per *personal computer*, rivolto prevalentemente a professionisti e *hobbysti.*

Vi sono molte prove o descrizioni di prodotti *hardware* (il 17% circa su 102 articoli complessivi), ma l'attenzione prevalente è senz'altro per il *software.* Tra articoli su informazione, linguaggi e presentazioni di *packages* applicativi di vario genere, infatti, si registra qui il 74%. I listati sono quasi sempre presenti. Va precisato che gli articoli a carattere formativo a volte fanno riferimento ad un particolare tipo di macchina, e quindi sono in qualche modo anche descrizioni di prodotti. Inoltre, si rileva in questo ambito particolare interesse per la grafica.

Per concludere, il 3-4% che si registra nel caso della categoria « Stato dell'arte e previsioni », va riferito soprattutto agli aspetti teorico-metodologici dell'informatica.

6. MICRO E PERSONAL COMPUTER

A.f.: *1979*; Ed.: *Suono, Via Capo Peloro 30, 00141 Roma*; Red.: *Via Capo Peloro 30, 00141 Roma*; D.R.: *Gianfranco M. Binari*; Dd.Ee.: *Gianfranco M. Binari e D. Caimi*; P.: *mensile*; F.: *210 x 270*; pp.: *126*; p.f.: *4.000*; Abb.: *45.000*; C.P.: *Publisuono, Via Capo Peloro 30, 00141 Roma*; T.: *65.000*

Altre caratteristiche editoriali

La « copertina » pubblica prevalentemente immagini di grafica computerizzata o foto di oggetti informatici, che si richiamano in genere ai contenuti principali del fascicolo. L'« indice » (ma solo dal numero di settembre) si basa sull'evidenziazione dei settori. Gli « autori » sono indicati sia nell'indice sia nella intestazione dei singoli articoli. In quest'ultimo caso, troviamo a volte dei brevi sommari. Ogni numero pubblica l'editoriale (una presentazione dei contenuti, in genere) e circa 15-20 articoli.

Dal numero di settembre, la rivista rinnova la sua struttura e si arricchisce di nuove « rubriche ». Essa risulta, così, organizzata nei seguenti « settori »: a) *In diretta dal mondo* (editoriale e rubriche). b) *Guida all'acquisto* (descrizioni di prodotti *hardware*). c) *Prove* (*hardware* e *software*). d) *In ambiente MSX* (prove e descrizioni di *hardware* e *software*). e) *Stato tecnico* (spazio tecnico-pratico dedicato ai più diffusi modelli di *personal computer*. Si tratta di presentazioni di programmi a carattere prevalentemente formativo e con listati, descrizioni di *hardware* e articoli sui sistemi operativi). f) *Primo computer* (comprende istruzioni per la programmazione e la rubrica *Capire il Basic*). g) *Dal mercato italiano* (con la rubrica *Dove come computer*).

Le « rubriche » sono le seguenti: 1) *Posta*: lettere organizzate in diversi settori: problemi di *mercato, consulenza* sui programmi e *costume* (2-3 pagine). 2) *Notizie:* su produzione *hardware* e *software*, società, tendenze di mercato e varie in Italia e all'estero. Sono indicati gli in-

dirizzi delle società di produzione (5-6 pagine, una decina di segnalazioni). 3) *Dove come computer*: notizie sulle attività dei concessionari e elenchi dei punti vendita (in media, una decina di pagine). 4) *Vetrina internazionale* (non sempre è presente): brevi schede su libri di informatica italiani e stranieri (una pagina, 2-3 schede). 5) *Recensioni software* (non sempre è presente): schede di *software* prevalentemente ludico (un paio di pagine, 3-4 schede).

Da settembre, troviamo anche altre « rubriche » che segnaliamo brevemente: 1) *Obiettivo sulla mela*: notiziario sui *computers* « Apple » (una pagina con circa 5 segnalazioni). 2) *Ultime di Big Blue*: notiziario sui *computers* « IBM » (una pagina, con circa 5 segnalazioni). 3) *Contatto facile con i personal Hewlett Packard*: notiziario sui *computers* « Hewlett Packard » (una pagina, 3-4 segnalazioni). 4) *Curiosità sui grossi sistemi*: notiziario (un paio di pagine, 4-5 segnalazioni).

Le « immagini » occupano, sul totale complessivo delle pagine, il seguente spazio: il 95% di pubblicità (di cui il 96% è relativo a prodotti informatici); il 9% di foto e il 2-3% di tabelle). Segnaliamo, infine, che il « Gruppo Editoriale Suono » pubblica anche l'*Annuario Micro & personal Computer*.

Contenuti

« Micro e personal computer » è un mensile di *personal computer*, rivolto prevalentemente a *hobbysti* e professionisti. Su un totale complessivo di 56 testi, il 57% è coperto dall'area « Formazione e programmi »: qualche cosa sui linguaggi e i sistemi operativi, applicazioni di vario tipo e, soprattutto, articoli a carattere formativo. Spesso si riportano i listati dei programmi. Piuttosto frequenti sono anche le prove o descrizioni di prodotti *hardware* (il 21%), mentre il restante 20% è più o meno equamente distribuito tra la telematica, le applicazioni nel campo dell'istruzione e i rapporti tra informatica e lavoro (robotica).

7. MODEM

A.f.: *1985*; Ed.: *Edisoft, Via A. Paoli 8, 20124 Milano*; Red.: *Via F. Filzi 33, 20125 Milano*; V.D.: *Vittorio Salvini*; D.R.: *Massimo Sancini*; P.: *quindicinale*; F.: *285 x 423*; pp. *16*; p.f. *2.000*

Altre caratteristiche editoriali

In « copertina » possiamo trovare foto di persone o di oggetti informatici. L'« indice » evidenzia i settori in cui è strutturata la rivista e contiene brevi sommari. Gli « autori » sono indicati o nell'indice o nell'intestazione dei singoli articoli.

Ogni numero pubblica 3-4 articoli di medie dimensioni e l'editoriale (considerazioni sulle tendenze del mercato, in genere).

Per il resto, troviamo le seguenti « rubriche »: 1) *Soft news*: brevi segnalazioni di *software* ludico disponibile sul mercato italiano (un paio di pagine). 2) *Computer market*: annunci di compravendita e scambio suddivisi in vari settori (« Apple », « Atari », « Commodore hard », « Commodore soft », « IBM », « Olivetti », « MSX », ecc.) (7-8 pagine). 3) *La borsa di Modem*: catalogo *hardware* (una pagina).

Per quanto riguarda le « immagini », abbiamo il 9% sul totale complessivo delle pagine sia per le foto sia per la pubblicità informatica. Non si rilevano, invece, tabelle e grafici.

Contenuti

« Modem » è un quindicinale di informazioni e annunci per possessori di *personal computer*, riguardanti soprattutto il mercato dell'*hardware* e gli sviluppi della telematica.

A questi temi sono anche destinati, rispettivamente il 22% e il 33% su un totale complessivo di 9 articoli; il restante 45% è, invece, distribuito nell'ambito della categoria « Stato dell'arte e previsioni ».

8. PERSONAL COMPUTER CLUB

A.f.: *1983*; Ed.: *Alfa Linea, P.zza Cavour 2, 20121 Milano*; Red.: *P.zza Cavour 2, 20121 Milano*; D.R.: *Marco Bindi*; P.: *mensile*; F.: *215 x 285*; pp.: *122*; p.f.: *3.000*; Abb.: *30.000*; C.P.: *Alfa Linea, Via Olindo Guerrini 5, 20133 Milano*; T.: *50.000*; C.v.: *45.000*

Altre caratteristiche editoriali

La « copertina » è dedicata a foto di oggetti informatici. L'« indice » si basa sull'evidenziazione dei settori. Nell'intestazione dei singoli articoli sono spesso indicati gli « autori » a volte si rilevano anche brevi sommari. Ogni numero pubblica dai 30 ai 35 articoli e qualche intervista.

La testata è strutturata in una serie di sezioni/rubri-

che fisse: *I servizi* (che comprende un *Programma del mese*, con listati per diversi modelli di personal, e articoli a carattere prevalentemente formativo) e *Le prove* (*hardware* e *software*); gli speciali *Tutto Commodore, Tutto Sinclair* e *Tutto MSX* e/o i *Dossier Sinclair* e *Texas* (segnalazioni su prodotti *hard* e *soft* e qualche breve articolo di presentazione di listati, a volte inviati dai lettori); e altre rubriche (con segnalazioni o brevi articoli di formazione o presentazione di listati) aperte alla collaborazione dei lettori.

Inoltre, vi sono le seguenti « rubriche » informative: 1) *Attualità*: notizie su *clubs*, corsi di formazione, mostre, convegni e varie in Italia e all'estero (3-4 pagine, una quindicina di segnalazioni). 2) *Nuovi prodotti*: notizie e brevi articoli su prodotti *hard e soft*, in Italia e all'estero (in media, 6-7 pagine e una quindicina di segnalazioni). 3) *Computer games*: schede e brevi segnalazioni di *software* ricreativo (1-2 pagine, 4-5 schede). 4) *Software clinic*: rubrica di corrispondenza in cui si cerca soprattutto di risolvere problemi relativi ai listati pubblicati dalla rivista. Si può trovare anche qualche breve scheda su libri di informatica (complessivamente, 3-4 pagine).

Per quanto riguarda le « immagini », si rilevano il 17% di pubblicità informatica, il 4-5% di foto e l'8-9% di tabelle sul totale complessivo delle pagine.

Contenuti

« Personal computer club » è un mensile di *personal* e *home computer*, rivolto prevalentemente ad *hobbysti.*

L'area della « Formazione e programmi » registra il maggior numero di presenze (l'84% su un totale complessivo di 98 testi), con articoli sui linguaggi, molta formazione e applicazioni di vario tipo (soprattutto ricreative). Inoltre, si rileva un 9% relativo alla descrizione di prodotti *hardware* e qualche breve articolo nel settore delle applicazioni (3%).

9. RADIO ELETTRONICA & COMPUTER

A.f.: *1962*; Ed.: *Editronica, Corso Monforte 39, 20122 Milano*; Red.: *Corso Monforte 39, 20122 Milano*; D.R.: *Stefano Benvenuti*; P.: *mensile*; F.: *193 x 265*; pp.: *84*; p.f.: *5.000*; Abb.: *50.000*; C.P.: *Studio Sfera, 1ª strada 24, Milano San Felice, 20090 Segrate*; Ac.: *Pubblica in esclusiva per l'Italia i testi delle riviste francesi* « Radio Plans » e « Electronique Pratique »

Altre caratteristiche editoriali

La « copertina » è dedicata prevalentemente a foto di oggetti informatici.

L'« indice » contiene brevi sommari, che ritroviamo nell'intestazione dei singoli articoli. In quest'ultimo caso, sono anche indicati gli « autori ».

Per ogni copia si pubblicano l'editoriale (sui contenuti del numero o su particolari iniziative della testata) e una decina di articoli. Si tratta, nella maggioranza dei casi, di presentazioni di programmi completi di listato e con lunghe e dettagliate descrizioni. Dal numero di settembre,

i listati (almeno quelli più lunghi) sono compresi nella cassetta allegata. All'elettronica, infine, è dedicata la rubrica *Tu & idea base.*

Altre « rubriche » sono le seguenti: 1) *Chi, cosa, come, quando...*: notizie su produzione e mercato *hard e soft*, attività formative, mostre e convegni in Italia e all'estero (2-3 pagine, una decina di segnalazioni). All'interno, troviamo a volte la sottorubrica *Leggi un libro per saperne di più* (brevi segnalazioni/schede di libri di informatica editi in Italia). 2) *Vorrei sapere, vorrei proporre...*: corrispondenza, con richieste di chiarimento sui programmi o i progetti di elettronica pubblicati dalla rivista (un paio di pagine). All'interno è, a volte, compresa l'*errata corrige.* 3) *Vendo, compro, cerco, scambio...*: *hardware* e *software* e materiale elettronico (3-4 pagine).

E veniamo ora ai dati sul contenuto di « immagini »: sul totale complessivo delle pagine, si rilevano un 24% di pubblicità (di cui il 95% riguarda prodotti informatici), il 10% di foto e il 6% di tabelle.

Contenuti

« Radio elettronica & computer » è un mensile dedicato ad esperienze pratiche nel campo di *computers*, radio e elettronica. Si rivolge prevalentemente ad *hobbysti.*

L'attenzione prevalente è per l'informatica, nel cui ambito si pubblicano programmi di carattere formativo e applicazioni ricreative o per uso domestico (nel complesso, il 75% su un totale di 37 articoli).

Il *software* presentato, di cui si riportano quasi sempre i listati, è girabile sullo « Spectrum », il « Commodore 64 » e il « Vic 20 ».

Inoltre, in « Informatica altro » (cui si riferisce il 13% registrato dalla categoria « Stato dell'arte e previsioni ») sono compresi articoli sull'elettronica del *computer.*

Al settore delle ricetrasmissioni e dell'elettronica (« Altro ») è, invece, destinato il 10%.

10. SPERIMENTARE CON L'ELETTRONICA E IL COMPUTER

A.f.: *1974*; Ed.: *I. Castelfranchi, Via dei Lavoratori 124, 20092 Cinisello Balsamo (MI)*; Red.: *Via dei Lavoratori 124, 20092 Cinisello Balsamo (MI)*; D.: *Cesare Rotondo*; D.R.: *Ruben Castelfranchi*; P.: *mensile*; F.: *210 x 280*; pp.: *132*; p.f.: *4.500*; Abb.: *49.000*; C.P.: *Savix, Via dei Lavoratori 124, 20092 Cinisello Balsamo (MI)*

Altre caratteristiche editoriali

La « copertina » pubblica foto di oggetti informatici. L'« indice » è sintetico. Nello spazio dei singoli articoli sono riportati l'indicazione degli « autori » e qualche breve « sommario ». Per ogni numero si pubblicano l'editoriale e una media di 25 articoli.

Si possono individuare tre grandi « settori »: una parte dedicata ai *personal computers* con articoli vari e alcune rubriche (comprendenti prevalentemente articoli di

formazione e programmi con listati); un inserto *Sinclub* aperto alla collaborazione dei lettori, con articoli di formazione, qualche applicazione professionale e piccole rubriche (posta, schede/recensioni di libri sui « Sinclair » e di *software*, notizie sui prodotti « Sinclair » e sulla costituzione di *clubs*); uno spazio per l'elettronica, con articoli di formazione e presentazioni di progetti. Infine, vi è l'inserto staccato « A tutto Commodore », con qualche breve articolo, listati e piccole rubriche.

Le altre « rubriche » informative sono qui di seguito elencate: 1) *I lettori ci scrivono*: corrispondenza, con richieste di chiarimento sui programmi pubblicati (un paio di pagine). 2) *Ultimissime dal mondo*: notizie su produzione *hardware*, convegni e corsi di formazione, società, elettronica (5-6 pagine, una decina di segnalazioni). 3) *Filo diretto con Angelo*: risposte a problemi di elettronica (3 pagine). 4) *Mercatino*: compravendita e scambio *hard* e *soft* (2-3 pagine).

Per quanto riguarda i dati sulle « immagini » il 24% sul totale complessivo delle pagine è coperto dalla pubblicità (di cui il 75% riguarda l'informatica e il resto la elettronica), l'11% da figure e tabelle e il 9% da foto.

Contenuti

« Sperimentare » è un mensile di *computer*, strumentazione e elettronica, rivolto prevalentemente ad *hobbysti*.

All'elettronica è dedicato il 29% sul totale complessivo dei testi (75), ma l'attenzione è rivolta soprattutto al *software* per i *computer* « Commodore » e « Sinclair ». In questo ambito, si pubblicano molti articoli a carattere formativo, qualcun altro sui linguaggi e applicazioni di vario tipo (nel complesso, il 46%). Quasi sempre si riportano i relativi listati.

Inoltre, alla produzione e al mercato *hard* e *soft* è destinato il 10% circa, mentre in « Informatica altro » (8%) sono compresi articoli sulla elettronica del *computer*.

formatore e [illegible] il tutto [illegible] aperto alla collaborazione dei lettori. [illegible] di [illegible]mazione, qualche supplemento professionale e piccole rubriche (posta, schede [illegible] su libri, sui [illegible] e di software, notizie sui prodotti «Sinclair» e sulla [illegible] di [illegible] per l'elettronica, [illegible] di formazione e presentazione di progetti, [illegible] è l'inserto staccato «A tutto Commodore», con qualche breve articolo, listati e piccole rubriche.

Le altre «rubriche» informative sono qui di seguito elencate: 1) I lettori ci scrivono, corrispondenza, con richieste di chiarimento su programmi pubblicati (un paio di pagine); 2) Dimensione del mondo: notizie su produzione hardware, convegni o corsi di formazione, società elettroniche (5-6 pagine, una decina di segnalazioni); 3) Filo diretto con Angelo: risposte a problemi di elettronica (3 pagine); 4) Mercatino: compravendite e scambio hard e soft (2-3 pagine).

Per quanto riguarda i dati sulle «immagini» il 24% sul totale complessivo delle pagine è occupato dalla pubblicità (di cui il 25% riguarda l'informatica e il resto le elettronica), l'11% da figure e tabelle e il 9% da foto.

Contenuti

«Sperimentare» è un mensile di elettronica, strumentazione e elettronica, rivolto prevalentemente ad hobbisti.

All'elettronica è dedicato il 25% sul totale complessivo dei testi (75), ma l'informatica è [illegible] al software che [illegible] «Commodore» [illegible] questo [illegible] articoli [illegible] vecchio [illegible] di [illegible] relativi listati.

Rispetto alla [illegible] [illegible] [illegible]

CAPITOLO QUARTO

LE RIVISTE DI LISTATI*

*Con la lettera « A » sono contrassegnate quelle riviste dedicate ad una specifica marca di *personal*; con la lettera « B » quelle che pubblicano quasi esclusivamente listati.

A. 1. COMMODORE

A.f.: *1984*; Ed.: *Gruppo Systems Editoriale, Viale Famagosta 75, 20142 Milano*; Red.: *Viale Famagosta 75, 20142 Milano*; D.: *Gloriano Rossi*; D.R.: *Agostina Ronchetti*; P.: *mensile*; F.: *210 x 270*; pp.: *64*; p.f.: *3.000*; Abb.: *28.000*; C.P.: *Systems Editoriale, Viale Famagosta 75, 20142 Milano*; T.: *40.000*; C.v.: *28.000*

Altre caratteristiche editoriali

In « copertina » si pubblicano foto che rappresentano, di volta in volta, persone, paesaggi e oggetti informatici. L'« indice » è sintetico, ma molti articoli sono preceduti da brevi sintesi dei contenuti. In entrambi i casi, inoltre, è riportata l'indicazione degli « autori ».

Per ogni copia troviamo una decina di articoli di varie dimensioni, che spesso sono pubblicati in più parti su numeri successivi della rivista (soprattutto quelli dedicati alla programmazione o a programmi didattici). Vi sono poi le « rubriche » *Cornucopia* e *1 riga*, che contengono rispettivamente *routines* e programmi composti da una sola riga (inviati dai lettori).

Le altre « rubriche » sono qui elencate: 1) *Posta*: richieste di chiarimento sull'uso del *personal computer* (un paio di pagine). 2) *Annunci economici*: compravendita e scambio *hardware* e *software* (2-3 pagine).

Sul totale complessivo delle pagine, la rivista presenta il 16% di pubblicità informatica, il 9% di figure e tabelle e il 7% di foto.

Contenuti

« Commodore » è un mensile sui *personal computer* « Commodore », rivolto prevalentemente ad utenti avanzati (*hobbysti* e professionisti).

L'area della « Formazione e programmi » registra il 92% su un totale complessivo di 27 testi. In questo ambito, emerge soprattutto l'interesse per i problemi della programmazione (linguaggi e formazione) e per le applicazioni didattiche (statistica, calcolo, trigonometria, ecc.). Si pubblicano anche i relativi listati. I programmi sono, in genere, preceduti da lunghe presentazioni e sono illustrati in maniera analitica.

A. 2. COMMODORE COMPUTER CLUB

A.f.: *1982*; Ed.: *Gruppo Systems Editoriale, Viale Famagosta 75, 20142 Milano*; Red.: *Viale Famagosta 75, 20142 Milano*; D.: *Alessandro De Simone*; D.R.: *Michele Di Pisa*; P.: *mensile*; F.: *210 x 270*; pp.: *84*; p.f.: *3.000*; Abb.: *28.000*; C.P.: *Systems Editoriale, Viale Famagosta 75, 20142 Milano*; T.: *100.000*; C.v.: *84.000*

Altre caratteristiche editoriali

In « copertina » possiamo trovare immagini di grafica computerizzata, oppure foto di oggetti informatici o animali e paesaggi.

L'« indice » è sintetico. Nello spazio dei singoli articoli si riportano l'indicazione degli « autori » e qualche « sommario » (a volte brevissimo).

Ogni fascicolo contiene un breve editoriale (presentazione dei contenuti prevalenti) e una quindicina di testi

(anch'essi piuttosto brevi). La rivista pubblica anche articoli suddivisi in più numeri consecutivi, soprattutto quando sono relativi ad aspetti della programmazione; mentre frequente è il ricorso all'appuntamento fisso per quanto riguarda la formazione di base (*Basic. I listati della Systems Editoriale*: consigli per i principianti; *1 riga*: programmi di una sola riga inviati dai lettori; *Bello come uno sprite*: i migliori *sprite* inviati dai lettori o ripresi dai *videogames*). Periodicamente, troviamo anche degli « Speciali » dedicati ai giochi, alla *computer grafica*, ecc.

Le « rubriche » sono qui di seguito elencate: 1) *Giochiamo con...* (dal numero di luglio): schede/recensioni di *software* ludico (una pagina). 2) *Domande/risposte*: corrispondenza, con richieste di chiarimento sull'uso del *personal computer*, problemi di programmazione, ecc. (in media, 3-4 pagine). 3) *Vendo-compro* (non sempre presente): piccoli annunci relativi a prodotti *hard* e *soft* (un paio di pagine).

Sul totale complessivo delle pagine, si rilevano il 15% di pubblicità informatica, il 10% circa di foto e il 3% di figure e tabelle.

Va segnalato, infine, che la rivista si « pubblica » anche in cassetta: ogni nastro contiene il *software* di un fascicolo. In allegato è un foglio di istruzioni.

Contenuti

« Commodore computer club » è un mensile sui *personal computer* « Commodore », rivolto prevalentemente ad *hobbysti*.

Si occupa dei problemi di programmazione e di formazione all'uso del *computer*, ma presenta anche applicazioni per uso didattico e molto *software ricreativo* (nel complesso, quest'area copre l'89% su un totale di 48 articoli). Quasi sempre si riportano i relativi listati.

A volte, si può trovare qualche articolo sulla produzione *hardware* e *software* (8%).

A. 3. SINCLAIR COMPUTER

A.f.: *1984*; Ed.: *Gruppo Systems Editoriale, Viale Famagosta 75, 20142 Milano*; Red.: *Viale Famagosta 75, 20142 Milano*; D.R.: *Agostina Ronchetti*; D.E.: *Agostina Ronchetti*; P.: *mensile*; F.: *210 x 270*; pp.: *68*; p.f.: *3.000*; Abb.: *28.000*; C.P.: *Systems Editoriale, Viale Famagosta 75, 20142 Milano*; T.: *40.000*; C.v.: *28.000*

Altre caratteristiche editoriali

La « copertina » pubblica prevalentemente foto o grafica computerizzata.

L'« indice » è sintetico e riporta l'indicazione degli « autori », che ritroviamo anche nello spazio dei singoli articoli. Non si rilevano sommari.

Per ogni numero si pubblicano una quindicina di testi, brevi o molto brevi (in genere, si tratta di presentazioni di listati). Su aspetti della programmazione (anche linguaggi) o della formazione di base troviamo spesso articoli pubblicati in più numeri. Abbastanza frequenti, infine, sono i glossari e le *errata corrige* sui listati.

Le « rubriche » sono qui di seguito elencate: 1) *Sinclairamente vostro*: posta, con richieste di chiarimento sull'uso del *personal computer* (4-5 pagine). A volte, è qui compresa la sottorubrica *Posta adventures.* 2) *Libri*: schede su libri di informatica italiani e stranieri (un paio di pagine, 4-5 schede). 3) *Recensioni: software* ricreativo (un paio di pagine, 4-5 schede). 4) *Notizie* (non sempre presente): in genere, sulla produzione *hardware* (una pagina, 3-4 segnalazioni). 5) *Sinclair réclame*: compravendita e scambio di *software, hardware* e varie (2-3 pagine).

In alcuni numeri la rivista pubblica anche classifiche di mercato dei prodotti *hardware* e *software.*

Per quanto riguarda le « immagini », si rilevano il 16% di pubblicità informatica, il 5% di foto e l'1% di tabelle sul totale complessivo delle pagine.

Va segnalato, infine, che la rivista si « pubblica » anche in cassetta: in ognuna sono contenuti i programmi di un fascicolo. In allegato è un foglio di istruzioni.

Contenuti

« Sinclair computer » è un mensile sui *computer* « Sinclair », rivolto prevalentemente ad *hobbysti.*

L'area della « Formazione e programmi » copre il 97-98% su un totale complessivo di 48 testi. In questo ambito, si rilevano articoli sui linguaggi, la programmazione e la informazione di base, qualche programma per uso didattico o *hobbystico* e molti giochi.

A. 4. SUPER COMMODORE

A.f.: *1984*; Ed.: *J. Soft, Viale Restelli 5, 20124 Milano*; Red.: *Viale Restelli 5, 20124 Milano*; D.R.: *Pietro Dell'Orco*; P.: *mensile*; F.: *210 x 280*; pp.: *84*; p.f.: *7.500*; Abb.: *82.500 (con cassetta); 38.500 (senza cassetta)*; C.P.: *J. Advertising, Viale Restelli 5, 20124 Milano*; ADS/T.: *90.000*; Ac.: *Pubblica articoli dalle riviste americane* « Compute! » e « Compute Gazzette! »

Altre caratteristiche editoriali

In « copertina » troviamo disegni che rappresentano, in genere, persone, animali, paesaggi e oggetti informatici.

« L'« indice » si basa sull'evidenziazione dei settori, men-

tre brevi « sommari » si rilevano a volte nello spazio dei singoli articoli. Gli « autori » sono indicati in entrambi i casi.

Per ogni numero si pubblicano un breve editoriale (sui contenuti del fascicolo) e una quindicina di testi.

La rivista presenta una struttura fissa: un breve articolo di carattere generale (*Open*), quindi uno su linguaggi e programmazione (*La cultura informatica*) e sulla microelettronica (*REM: HW*), e infine una serie di lunghi listati (*Load*). Abbiamo poi un appuntamento fisso con la musica del « Commodore » (*Vic Sound*) ed altre piccole « rubriche »: 1) *Read & write. La posta dei lettori*: con richieste di chiarimento sui programmi pubblicati o sul funzionamento del « Commodore » (una pagina). 2) *Run. Recensioni software*: giochi per il « Commodore » distribuiti in Italia (una pagina, un paio di schede). 3) *Print. Recensioni di libri*: dedicati al « Commodore » e editi in Italia e all'estero (una pagina, 2-3 schede). 4) *Imput-output*: compravendita e scambio *hard* e *soft* (un paio di pagine).

Per quanto riguarda le « immagini », il 19% sul totale complessivo delle pagine è coperto dalla pubblicità (quasi esclusivamente relativa a prodotti informatici, e l'8% da foto e illustrazioni.

Contenuti

« Super Commodore » è un mensile sui *computer* « Commodore », rivolto prevalentemente a *hobbysti.*

Pubblica molti programmi di carattere formativo e giochi, con qualche articolo sui linguaggi e applicazioni per uso *hobbystico* o domestico (nel complesso, l'85% su un totale complessivo di 49 testi). I listati sono pubblicati in più versioni per i diversi modelli « Commodore ».

Infine, si rilevano brevi articoli sulla più generale diffusione dell'informatica nella società (8%) e sulla produzione e il mercato *hard-soft* (6%).

A. 5. SUPER SINCLAIR

A.f.: *1984*; Ed.: *J. Soft, Via Rossellini 12, 20124 Milano*; Red.: *Via Rossellini 12, 20124 Milano*; D.R.: *Pietro Dell'Orco*; P.: *mensile*; F.: *210 x 280*; pp.: *89*; p.f.: *7.500*; Abb.: *82.500 (con cassetta); 38.500 (senza cassetta)*; C.P.: *J. Advertising, Viale Restelli 5, 20124 Milano*; T.: *65.000*; Ac.: *Pubblica articoli dalla rivista inglese* « ZX Computing »

Altre caratteristiche editoriali

In « copertina » troviamo disegni che rappresentano, in genere, persone, animali, paesaggi e oggetti informatici.

L'« indice » è sintetico, mentre brevi « sommari » si rilevano a volte nello spazio dei singoli articoli. Gli « auto-

ri » sono indicati in entrambi i casi. Per ogni numero si pubblicano un breve editoriale (sui contenuti del fascicolo) e 10-15 testi.

La rivista costituisce la versione per i prodotti « Sinclair » di « Super Commodore », per cui presenta la stessa struttura interna (oltre ad avere la copertina e l'editoriale identici): *Open, La cultura informatica, REM: HW* e *Load*. Periodicamente, inoltre, troviamo una rubrica (*Randomize*) dedicata al linguaggio Assembly.

Le altre « rubriche » sono elencate qui di seguito: 1) *Read & write. La posta dei lettori*: con richieste di chiarimento sui programmi pubblicati o sul funzionamento dei « Sinclair » (un paio di pagine). 2) *Run. Recensioni software*: giochi per i « Sinclair » distribuiti in Italia (un paio di pagine, 2-3 schede). 3) *Print. Recensioni libri*: dedicati ai « Sinclair » e editi in Italia e all'estero (una pagina, 2-3 schede). 4) *Input-output*: compravendita e scambio *hard* e *soft* (un paio di pagine). 5) *ZX Club. I clubs Sinclair*: qualche breve notizia sulle attività dei *Clubs Sinclair* (una pagina, 2-3 segnalazioni).

Per quanto riguarda le « immagini », si rileva il 16% di pubblicità (quasi esclusivamente relativa a prodotti informatici), l'8% di foto e il 2% di tabelle sul totale complessivo delle pagine.

Contenuti

« Super Sinclair » è un mensile sui *computer* « Sinclair », rivolto prevalentemente ad *hobbysti*.

Si pubblicano programmi di tipo ricreativo, ma anche qualche applicazione didattica o per uso domestico e articoli su formazione e linguaggi (nel complesso, l'80% su un totale complessivo di 41 testi). Quasi sempre si riportano i listati.

Inoltre, troviamo un 12% distribuito in « Stato dell'arte e previsioni » e un 7% di produzione e mercato *hard* e *soft*.

B. 6. CHIP SPECIAL

A.f.: *1984*; Ed.: *Tecniche Nuove, Via Moscova 46/9 A, 20121 Milano*; Red.: *Via Moscova 46/9 A, 20121 Milano*; D.R.: *Giuseppe Nardella*; P.: *mensile*; F.: *210 x 295*; pp.: *88*; p.f.: *7.000*; C.P.: *Tecniche Nuove, Via Moscova 46/9 A, 20121 Milano*

Altre caratteristiche editoriali

La « copertina » pubblica foto o disegni di oggetti informatici e grafica computerizzata.

L'« indice » si basa sull'evidenziazione dei settori. Non sono indicati gli « autori » né si rileva la presenza di « sommari ».

Per ogni numero si pubblicano tra i 20 e i 30 programmi, con un testo di presentazione in apertura e alcune istruzioni/informazioni sui listati presentati. Ogni fascicolo è dedicato, di solito, al *software* di un particolare modello di *personal computer* (il numero di ottobre, invece, è una guida all'uso del « Commodore 64 »).

La rivista non contiene molte « immagini » sul totale delle pagine, si rileva un 4% di pubblicità informatica e meno dell'1% sia per le foto sia per le tabelle.

Segnaliamo, infine, che presso la stessa casa editrice, è disponibile anche l'edizione con i programmi su dischetto.

Contenuti

« Chip special » è un mensile di programmi per micro e *personal computer*. Si rivolge prevalentemente ad *hobbysti* e professionisti.

I programmi (in totale, 74) riguardano soprattutto la area della formazione e i giochi, ma molto frequenti sono anche le applicazioni professionali e quelle per uso personale domestico. Si riportano sempre i relativi listati.

B. 7. DOSSIER COMMODORE

A.f.: *1984*; Ed.: *CO.STA, Via Mazzini 128, 56100 Pisa*; Red.: *Via Mazzini 128, 56100 Pisa*; D.R.: *Marco Bindi*; P.: *mensile*; F.: *210 x 285*; pp.: *37*; p.f.: *2.000*

Altre caratteristiche editoriali

La « copertina » pubblica disegni di oggetti informatici.

L'« indice » è assente. Ogni fascicolo contiene 12-13 testi: qualche articolo a carattere formativo nelle sezioni *Commodore mix, Commodore 16, Didattica, Trucchi* e presentazioni di *Programmi* con listati (organizzati in: *Giochi, personali* e di *utilità*).

Vi è un'unica « rubrica » di *Piccoli annunci* gratuiti (2-3 pagine).

Infine, sul totale complessivo delle pagine, si rileva il 7% di pubblicità informatica e il 2-3% sia per le foto sia per le tabelle.

Contenuti

« Dossier Commodore » è un mensile di programmi per il « Commodore 64 » e il « Vic 20 », rivolto prevalentemente a *hobbysti.*

I 38 programmi pubblicati riguardano soprattutto l'area della formazione e i giochi, con qualche testo sparso sui linguaggi e le applicazioni didattiche o per uso domestico.

B. 8. LIST

A.f.: *1983*; Ed.: *Edicomp, Via dell'Esperanto 71, 00144 Roma*; Red.: *Via Flavio Stilicone 111, 00175 Roma*; D.R.: *Giuseppe Breveglieri*; D.E.: *Luciano Ciardelli*; P.: *mensile*; F.: *210 x 295*; pp.: *100*; p.f.: *5.000*; Abb.: *55.000*; C.P.: *Edicomp, Via dell'Esperanto 71, 00144 Roma*

Altre caratteristiche editoriali

La « copertina » pubblica disegni di oggetti informatici e altri oggetti, oppure grafica computerizzata. L'« indice », almeno dal numero di giugno in poi, riporta dei brevi

« sommari ». Gli « autori » sono indicati nell'intestazione dei singoli articoli. Ogni fascicolo contiene un breve editoriale e circa 25-30 testi.

Nel corso del periodo estivo-autunnale, la rivista si è rinnovata nella forma e nei contenuti, organizzando i testi secondo una struttura più rigida ed estendendo gli interessi ad altre tematiche (non più solo formazione e programmi, in pratica). Abbiamo così i seguenti « settori »: *Rubriche (Non solo computer, Recension soft* e *Handbook*, che comprendono articoli formativi e programmi); *Didattica* (con *Scuola e computer* e *I speak Logo*); *Robotica; Tecnologia* e *Programmi*.

Inoltre, si rilevano alcune piccole « rubriche »: 1) *Posta*: con richieste di consigli e chiarimenti sui programmi (3-4 pagine). 2) *News & news*: notizie o articoli su produzione e mercato *hard e soft*, diffusione dell'informatica e varie, in Italia e all'estero (2-3 pagine, una decina di segnalazioni). Dal numero di ottobre la rubrica si chiama *List magazine* e si arricchisce di notizie su mostre e convegni, attività di società e microelettronica. 3) *La libreria di List*: schede su libri di informatica editi in Italia (una pagina, un paio di schede).

Per quanto riguarda le « immagini », si rileva il 10% di pubblicità informatica sul totale complessivo delle pagine, il 13% di foto e illustrazioni e il 2% di tabelle.

Contenuti

« List » è un mensile di programmi per *home computer*, rivolto prevalentemente a giovani *hobbysti*.

I programmi consistono soprattutto in giochi e formazione, ma si rilevano anche articoli sui linguaggi e applicazioni didattiche o per uso domestico (nel complesso, l'89% su un totale di 82 testi). Sono sempre riportati i listati.

Troviamo, inoltre, qualche breve articolo sulla diffusione e le prospettive di sviluppo della informatica (6%).

B. 9. PAPER SOFT

A.f.: *1984*; Ed.: *J. Soft, Viale Restelli 5, 20124 Milano*; Red.: *Viale Restelli 5, 20124 Milano*; D.R.: *Pietro Dell'Orco*; P.: *settimanale*; F.: *145 x 205*; pp.: *32*; p.f.: *1.000*; C.P.: *J. Advertising, Viale Restelli 5, 20124 Milano*

Altre caratteristiche editoriali

In « copertina » sono i titoli dei programmi pubblicati nelle pagine interne. L'« indice » è sintetico e riporta l'indicazione degli « autori ».

Ogni fascicolo contiene una decina di testi. In apertura vi sono alcune istruzioni di carattere generale sull'uso dei programmi.

Di tanto in tanto, si può trovare la « rubrica » di corrispondenza *Paper... break* (un paio di pagine, con richieste di chiarimento sui listati).

La rivista è aperta alla collaborazione dei lettori.

Per quanto riguarda le « immagini », il 7% sul totale complessivo delle pagine è coperto da pubblicità informatica.

Infine, va segnalato che la rivista, nata in edizione unica per i più diffusi *home* e *personal computer*, è poi stata pubblicata in versioni diverse per i vari modelli. Attualmente, sono disponibili le seguenti edizioni: « Commodore » (« Vic 20 », « Commodore 16 » e « Plus 4 »), « Commodore 64 », « Sinclair » e « Texas ».

Contenuti

« Paper soft » è un settimanale di *software* per *personal computer*, rivolto prevalentemente ad *hobbysti* principianti.

I 29 programmi rilevati rientrano nell'area ludica e in quella formativa. Sono sempre riportati i listati.

B. 10. PERSONAL SOFTWARE

A.f.: *1982*; Ed.: *Gruppo Editoriale Jackson, Via Rossellini 12, 20124 Milano*; Red.: *Via Rossellini 12, 20124 Milano*; D.R.: *Giampietro Zanga*; D.E.: *Daniele Comboni*; P.: *mensile*; F.: *210 x 280*; pp.: *110*; p.f.: *4.500*; Abb.: *39.000*; C.P.: *J. Advertising, Viale Restelli 5, 20124 Milano*; T.: *70.000*

Altre caratteristiche editoriali

La « copertina » varia con una certa frequenza: si possono trovare, infatti, immagini di grafica, o grafica computerizzata e altri oggetti, oppure ancora fumetti che rappresentano paesaggi, persone e altro.

L'« indice » è sintetico e riporta l'indicazione degli « autori », che ritroviamo anche nello spazio dei singoli articoli.

Per ogni numero si pubblicano un breve editoriale e una quindicina di testi: lunghe e analitiche descrizioni di programmi e una serie di brevi articoli compresi in *I segreti del personal* (che manca nel numero di ottobre).

Vi sono, inoltre, le seguenti « rubriche »: 1) *Posta*: con richieste di informazioni e chiarimenti sui programmi della rivista o il funzionamento del *personal computer* (2-3 pagine). 2) *Personal News*: notizie su produzione *hardware/software* e società in Italia e all'estero. Si riportano anche gli indirizzi delle società di produzione cui si fa riferimento (2-3 pagine, una decina di segnalazioni). 3) *Piccoli annunci* (o *Personal market*): compravendita e scambio di *hard* e *soft* e costituzione di *clubs* (3-4 pagine).

Per quanto riguarda le « immagini », si rilevano il 25% di pubblicità (di cui il 96% relativa a prodotti informatici), il 6% di figure e tabelle e il 2% di foto sul totale complessivo delle pagine.

Contenuti

« Personal software » è un mensile di *software* per *personal computer*, rivolto ad *hobbysti*.

Oltre a qualche articolo di carattere generale (« Stato dell'arte e previsioni » registra il 6% su un totale complessivo di 47 testi), si pubblicano programmi a carattere prevalentemente formativo e altre applicazioni (per uso didattico, *hobbystico* e ricreativo). Quasi sempre si riportano i listati.

B. 11. VIDEOGIOCHI

A.f.: *1982*; Ed.: *Gruppo Editoriale Jackson, Via Rossellini 12, 20124 Milano*; Red.: *Via Rossellini 12, 20124 Milano*; D.: *Riccardo Albini*; D.R.: *Paolo Reina*; D.E.: *Daniele Comboni*; P.: *mensile*; F.: *210 x 280*; pp.: *116*; p.f.: *3.500*; Abb.: *30.000*; C.P.: *J. Advertising, Viale Restelli 5, 20124 Milano*

Altre caratteristiche editoriali

La « copertina » pubblica foto computerizzate. L'« indice » si basa sull'evidenziazione dei settori e contiene, a volte, qualche brevissimo « sommario ». Gli « autori » sono indicati nello spazio dei singoli testi.

Per ogni fascicolo si pubblicano una decina di articoli.

La rivista, che è frutto di un lavoro comune con la redazione di « Home computer » ed è aperta anche alla collaborazione dei lettori, è organizzata nelle seguenti « sezioni »: *Attualità* (qualche articolo sulla produzione *software* o su iniziative varie, come mostre, convegni, ecc.), *Al Bar* (uno o più articoli brevi sui videogiochi da bar), *Videocampioni* (brevi articoli su protagonisti dei videogiochi), *Bonus* (le classifiche dei *records* e informazioni e curiosità varie sulle videogare) e *Spiegacomputer* (introdu-

zione alla conoscenza del *computer*). A volte, si può trovare anche un piccolo spazio in cui si offrono consigli e suggerimenti sulle *adventures* (*L'avventura è l'avventura*).

Le altre « rubriche » sono qui di seguito elencate: 1) *Il posto della posta*: con richieste di chiarimenti e commenti (5-6 pagine). 2) *Ready*: fatti, notizie e curiosità sui giochi elettronici in Italia e all'estero (7-8 pagine, una quindicina di segnalazioni). 3) *Notizie dal club* (non sempre presente): novità *hardware* e *software* ludico per i *computers* « Atari » (2-3 pagine, 4-5 segnalazioni). 4) *Giococomputer*: recensioni di *software* ludico, con indicazione del prezzo e delle società di produzione. Occupa, in pratica, la maggior parte dello spazio della rivista (una ventina di pagine per una quindicina di schede). 5) *Il mercato*: guida completa ai videogiochi e *bestsellers* del mese (5-6 pagine). 6) *Lo voglio, non lo voglio*: mercatino dell'*hardware* e del *software* (3-4 pagine).

Per quanto riguarda le « immagini », il 20% sul totale complessivo delle pagine è coperto da foto e illustrazioni e il 19% da pubblicità informatica. Per concludere, va segnalato che il numero di ottobre si presenta con un nuovo titolo (« Videogiochi & computer ») e una nuova sezione di programmi (*Di fronte al computer*).

Contenuti

« Videogiochi » è un mensile di *videogames* e *giococomputer*, rivolto prevalentemente ai giovani *hobbysti*. Esso dedica ampio spazio ai videogiochi che, trattandosi di materiali cui molto spesso attingono i *giochicomputers*, si è preferito individuarli come « Informatica altro ». Per l'appunto a tali contenuti si riferisce il 46%, su un totale complessivo di 30 testi, registrato dalla categoria « Stato dell'arte e previsioni ». Un altro 33% riguarda poi la produzione e il mercato *hardware e software*, mentre alla presentazione di programmi (di carattere prevalentemente ricreativo) è destinato il 20%.

alcune alle attrezzature del Videogiochi, [illegible] pratiche
vale anche un mercato spesso in cui si offrono consigli e suggerimenti sulle pubblicità. [illegible] [illegible] di grande [illegible] con l'impiego di [illegible] menti (84 pagine). 2) Novità Flash, notizie e curiosità su giochi elettronici in Italia e all'estero (76 pagine, con spedizione di segnalazioni). 3) Novità dal club (non sempre presenta novità hardware e software inclusi per i computers e Atari» (83 pagine, 48 segnalazioni). 4) Glossario (breve) raccolta di software inglese, con indicazione del prezzo e della società di produzione. Occupa, in pratica, la maggior parte delle pagine della rivista (una ventina di pagine per una quindicina di schede). 5) Il magazine gioca completa ai videogiochi e [illegible] del mese (24 pagine). 6) La scelta, con le migliori recensioni dell'hardware e del software (16 pagine).

Per quanto riguarda le « immagini », il 20% sul totale complessivo delle pagine è coperto da foto e illustrazioni e il 10% da pubblicità informatica. Per definizione, va aggiunto che il numero di nascita si presenta alla fine nuovo titolo (« Videogiochi & computer ») per dare maggiore spazio ai programmi (il tempo di videogames).

Commento

[illegible]

CAPITOLO QUINTO

LE RIVISTE DI CULTURA* INFORMATICA

*Le riviste contrassegnate con la lettera « B » sono più focalizzate sul rapporto tra informatica e sviluppo sociale e tra informatica e mondo del lavoro e meno sui prodotti *software* specifici, a cui è dedicato più spazio nelle riviste contrassegnate dalla lettera « A ».

A. 1. CHIP

A.f.: *1984*; Ed.: *Tecniche Nuove, Via Moscova 46/9 A, 20121 Milano*; Red.: *Via Moscova 46/9 A, 20121 Milano;* D.R.: *Giuseppe Nardella*; D.E.: *Enzo Guaglione*; P.: *mensile*; F.: *210 x 290*; pp.: *137*; p.f.: *3.000*; C.P.: *Tecniche Nuove, Via Moscova 46/9 A, 20121 Milano*; T.: *42.000*

Altre caratteristiche editoriali

La « copertina » pubblica prevalentemente foto computerizzate. L'« indice » si basa sull'evidenziazione dei settori e contiene brevi « sommari », che ritroviamo anche nello spazio degli articoli principali. In quest'ultimo caso, sono a volte indicati gli « autori ».

Per ogni numero si pubblicano un breve editoriale, 23-24 articoli e, in genere, un'intervista a protagonisti del settore.

La rivista è strutturata nelle seguenti « sezioni »: *At-*

tualità (prevalentemente, commenti su *Tendenze del mercato* e *Applicazioni), Professionale (hardware, accessori, software, linguaggi)* e *Pratica* (un inserto che comprende una serie di *listati*, una introduzione alla *grafica, il corso* su linguaggi e grafica e alcune *applicazioni*).

Inoltre, troviamo le seguenti « rubriche »: 1) *Notiziario*: su *hardware* e accessori, *software*, società, *clubs*, altre tecnologie (6-7 pagine, una quindicina di segnalazioni). 2) *Notizie in breve*: su corsi e convegni, società e movimenti persone, riviste professionali, altre tecnologie e varie (un paio di pagine, una decina di segnalazioni). 3) *Chip libro club*: brevissime schede su libri di informatica editi da Tecniche Nuove (4 pagine, una ventina di schede). 4) *Chip market*: compravendita e scambio *hard* e *soft* e costituzioni di *clubs* (circa 3 pagine). 5) *Chip shopping*: elenchi dei punti vendita e catalogo di *personal computer* e stampanti (una ventina di pagine).

Per quanto riguarda le « immagini », il 20% sul totale complessivo delle pagine è coperto da pubblicità di prodotti informatici, il 16% da foto e il 2% da figure e tabelle.

Contenuti

« Chip » è un mensile di *micro* e *personal computer*, rivolto ad *hobbysti* e professionisti, aziende e operatori del settore EDP.

E' attento soprattutto ai problemi di formazione e aggiornamento (tra articoli sui linguaggi e programmi di vario genere, si rileva il 43% su un totale complessivo di 72 testi) e alle tendenze di produzione e mercato (34%). In quest'ultimo caso, si tratta soprattutto di prove e descrizioni di prodotti *hardware*.

Ma la rivista si apre anche ai più generali rapporti tra informatica e società, come si rileva dallo spazio destinato alle applicazioni nei vari settori (l'11%) e alla diffusione sociale dell'informatica (« Stato dell'arte e previsioni » registra il 6-7%).

A. 2. COMPUTER

A.f.: *1976*; Ed.: *Gruppo Systems Editoriale, Viale Famagosta 75, 20142 Milano*; Red.: *Viale Famagosta 75, 20142 Milano*; D.E.: *Michele Di Pisa*; P.: *mensile*; F.: *210 x 280*; pp.: *100*; p.f.: *3.500*; Abb.: *32.000*; C.P.: *Systems Editoriale, Viale Famagosta 75, 20142 Milano*; C.v.: *14.880*

Altre caratteristiche editoriali

La « copertina » pubblica prevalentemente foto di oggetti informatici ».

L'« indice » si basa sull'evidenziazione dei settori e contiene brevissimi « sommari », che ritroviamo nello spazio dei singoli articoli. In quest'ultimo caso, ma solo raramente, sono indicati gli « autori ».

Per ogni numero si pubblicano una decina di articoli, piuttosto lunghi e spesso con schede/segnalazioni interne. Si possono trovare anche dei servizi (comprendenti più articoli di diverse dimensioni) o speciali su mostre o convegni. Va segnalato, infine, che dal numero di giugno è allegato alla rivista l'inserto *MSX Personal Computer*, rivolto prevalentemente ai principianti e utenti dell'« MSX ». L'inserto contiene delle piccole rubriche e molti programmi con listati.

La testata presenta una struttura abbastanza rigida: in ogni numero è una monografia su un particolare modello di *personal computer* (completa delle parti *hard* e *soft*) e una serie di diversi settori tematici (*Linguaggi, Prodotti, Tecnologie, Strategie*, ecc.).

Vi sono, inoltre, le seguenti « rubriche »: 1) *Notiziario*: suddiviso nei settori: *On line* (novità varie), *Uomini e imprese, Hardware e software* (in media, 5 pagine e una trentina di segnalazioni). 2) *Guida mercato*: catalogo *hardware* (una decina di pagine).

Per quanto riguarda le « immagini », il 33% sul totale complessivo delle pagine è coperto da pubblicità informatica, il 7% da foto e il 3% da grafici e prospetti (che riguardano soprattutto gli articoli di presentazione di *software* professionale).

Per concludere, va segnalato che presso il « Gruppo Editoriale Systems » si pubblica anche l'Annuario di « Computer ».

Contenuti

« Computer » è un mensile di informatica, rivolto prevalentemente a professionisti, aziende e operatori dell'area EDP.

L'interesse prevalente è per la produzione e il mercato *hardware* e *software* (il 48% su un totale complessivo di 31 testi), nel cui ambito si presentano soprattutto prove e descrizioni di prodotti.

A presentazioni di *packages* (soprattutto per la gestione aziendale) e ad articoli sui linguaggi, inoltre, si riferisce il 29% registrato dall'area « Formazione e programmi ».

Ma non sono trascurati i rapporti più generali tra informatica e società: alle applicazioni nel settore economico, alla robotica e alle previsioni per la società futura, infatti, sono destinati rispettivamente il 9%, il 6% e il 3%.

A. 3. COMPUTERS & ELECTRONICS

A.f.: *1985*; Ed.: *Gruppo Editoriale Crochet, Via G. Galilei 6, 20124 Milano*; Red.: *Via G. Galilei 6, 20124 Milano*; D.R.: *Enrico G. Pistolese*; P.: *mensile*; F.: *216 x 280*; pp.: *121*; p.f.: *4.000*; C.P.: *Seat, Via A. Saffi 18, 10138 Torino*; T.: *100.000*; Ac.: *pubblica articoli della omonima rivista americana e di* « Creative Computing »

Altre caratteristiche editoriali

La « copertina » pubblica prevalentemente foto di oggetti informatici. L'« indice » si basa sull'evidenziazione dei settori e contiene dei brevi « sommari », che ritroviamo nello spazio dei singoli articoli. In entrambi i casi sono indicati gli « autori ».

Per ogni numero si pubblicano un breve editoriale (presentazione del fascicolo), un saggio su una particolare categoria di *software* e una ventina di articoli. Nel numero di giugno, che contiene uno *Specialissimo* su mostra/convegno, troviamo in tutto una quindicina di testi.

La rivista è strutturata in *Servizi* (con un articolo principale e altri più brevi) e *Recensioni* o *Prove* di *hardware* e *software.* Ai principianti è dedicato un apposito spazio in *Cominciando da zero* (serie di brevi articoli).

Infine, vi sono altre piccole « rubriche » di cui la rivista si è andata di volta in volta arricchendo. Le indichiamo brevemente: 1) *Lettere*: con richieste di informazioni e commenti sulla rivista (un paio di pagine). 2) *Notizie*

dalle industrie: su richiesta dei lettori, si forniscono informazioni sulla produzione *hard* e *soft* di aziende che operano in Italia (4-5 pagine, una decina di segnalazioni). 3) *Video giochi*: schede/recensioni di *software* ludico (un paio di pagine, 4-5 schede). 4) *I vostri annunci*: compravendita e scambio *hard* e *soft* (un paio di pagine). 5) *L'esperto risponde*: risposte a richieste di informazioni sugli *aspetti teorici* dell'informatica, i *linguaggi*, l'*office automation*, l'*hardware*, ecc. (4-5 pagine). 6) *Libri in vetrina*: schede di libri di informatica (7-8 pagine, 5-6 schede).

Per quanto riguarda le « immagini », il 15% sul totale complessivo delle pagine è coperto da pubblicità (di cui l'89% è relativa a prodotti informatici), il 20% da foto e il 7% da tabelle.

Contenuti

« Computers & electronics » è un mensile di *computers* e *elettronica*, rivolto prevalentemente a operatori e dirigenti EDP, aziende, professionisti e *hobbysti*.

Pubblica molti programmi per uso professionale e articoli a carattere formativo (il 34-35% su un totale complessivo di 63 testi): nel primo caso, spesso si presentano in forma critica vari tipi di programmi appartenenti ad una stessa categoria (*Data base*, ecc.); la formazione, invece, è generalmente legata alla microelettronica (come espandere la capacità di memoria, ad esempio).

Si rilevano, inoltre, molte prove e descrizioni di *hardware* (spesso con confronti tra macchine e sistemi operativi) e qualche articolo sulle tendenze del mercato (in totale, il 25%).

Infine, va segnalato l'interesse verso i vari aspetti legati alla diffusione dell'informatica nella società e le prospettive di sviluppo aperte dalla Intelligenza artificiale (in entrambi i casi, si registra il 14%). Qualche articolo sparso copre anche il settore delle applicazioni e i rapporti tra informatica e lavoro.

A. 4. PC MAGAZINE

A.f.: *1984*; Ed.: *Gruppo Editoriale Jackson, Via Rossellini 12, 20124 Milano*; Red.: *Via Rossellini 12, 20124 Milano*; D.R.: *Paolo Reina*; D.E.: *Daniele Comboni*; P.: *mensile*; F.: *210 x 280*; pp.: *121*; p.f.: *5.000*; Abb.: *44.000*; C.P.: *J. Advertising, Viale Restelli 5, 20124 Milano*; Ac.: *Collaborazione con la rivista americana* « Pc World »

Altre caratteristiche editoriali

La « copertina » pubblica disegni a fumetti, raffiguranti persone, animali e paesaggi. L'« indice » contiene brevissimi « sommari », che ritroviamo nell'intestazione dei singoli articoli. In quest'ultimo caso, sono anche indicati gli « autori ».

Per ogni numero si pubblicano un editoriale (breve presentazione del fascicolo) e 10-12 articoli, in genere piuttosto lunghi e completi di grafici e tabelle.

La rivista è strutturata nei « settori »: *PC Magazine* (articoli di vario contenuto), *PC Test* (prove e descrizioni di *hardware* e *software*), *PC on the market* (tendenze del mercato), *PC ABC* (formazione), *PC Graphicsland* (grafica computerizzata) e *PC News* (applicazioni del *personal computer*).

Vi sono, inoltre, le seguenti « rubriche »: 1) *PC worldwide*: notizie su produzione e mercato dell'*hardware* in Italia e all'estero (un paio di pagine, 4-5 segnalazioni). 2) *PC news*: notizie su produzione *hard/soft* e società, in Italia e all'estero (5-6 pagine, una quindicina di segnalazioni). 3) *PC book*: schede su libri di informatica italiani e stranieri (un paio di pagine, 3-4 schede). 4) *PC buyer's guide*: catalogo sui sistemi « IBM » e compatibili (una ventina di pagine). 5) *PC education* (dal numero di giugno): calendario dei corsi di formazione in Italia (4-5 pagine).

Per concludere, il 22% circa sul totale complessivo delle pagine è coperto dalla pubblicità (quasi interamente relativa a prodotti informatici), il 6% da foto e il 4-5% da tabelle e grafici.

Contenuti

« PC magazine » è un mensile sui sistemi MS-DOS e i *personal computer* « IBM » e compatibili. Si rivolge prevalentemente a operatori e funzionari del settore, aziende, professionisti e *hobbysti*.

I contenuti sono distribuiti soprattutto tra prove e descrizioni di *hardware* (il 37% su un totale complessivo di 35 articoli) e programmi professionali (in particolare, *spreadsheet*, *data base* e *computer grafica*). Nell'area della « Formazione e programmi », che registra in totale il 34%, vi è anche da segnalare qualche articolo di formazione o sui linguaggi.

Infine, alle applicazioni in campo economico e scientifico-culturale e allo stato dell'arte si dedica (in entrambi i casi) l'11%; mentre l'Intelligenza artificiale registra il 5%.

A. 5. PERSONAL O

A.f.: *1984*; Ed.: *Gruppo Editoriale Jackson, Via Rossellini 12, 20124 Milano*; Red.: *Via Rossellini 12, 20124 Milano*; D.R.: *Giampietro Zanga*; D.E.: *Daniele Comboni*; P.: *mensile*; F.: *210 x 290*; pp.: *115*; p.f.: *4.000*; Abb.: *35.000*; C.P.: *J. Advertising, Viale Restelli 5, 20124 Milano*

Altre caratteristiche editoriali

La « copertina » pubblica prevalentemente foto di oggetti informatici o computerizzate. L'« indice » contiene riquadri degli articoli principali. Nello spazio destinato a questi ultimi, inoltre, si rileva la presenza di brevi « sommari » e l'indicazione degli « autori ».

Per ogni numero si pubblicano un breve editoriale e circa 22 articoli di dimensioni varie.

La rivista è organizzata nei seguenti « settori »: *Applicazioni, Software* (articoli su produzione e mercato, prove e descrizioni, formazione), *Hardware* (prove e descrizioni), *Dealer* (concessionari Olivetti), *Lettori* (listati, completi di dettagliate presentazioni), *Mercato*. Va sottolineato che, in ogni caso, oggetto di attenzione sono i *personal computer* « Olivetti ».

Indichiamo ora brevemente le « rubriche »: 1) *News*: notizie su *hardware* e *software* per i *personal* « Olivetti », convegni, accordi con altre società (2-3 pagine, 6-7 segnalazioni). 2) *Recensioni*: schede su libri di informatica editi dal « Gruppo Jackson » (una pagina, 2-3 schede). 3) *Posta*: interventi sui contenuti della rivista (una pagina). 4) *Dove*: elenchi dei rivenditori autorizzati di *Personal computer* « Olivetti » e dei concessionari dei sistemi « Olivetti ».

Per quanto riguarda le « immagini », il 15% sul totale complessivo delle pagine è coperto dalla pubblicità (quasi esclusivamente di informatica), il 9% da foto e l'8% da tabelle e figure.

Contenuti

« Personal O » è un mensile sui *personal computer* « Olivetti », rivolto prevalentemente a professionisti e aziende.

I contenuti vertono soprattutto sull'area della formazione e programmi, che registra il 47% su un totale complessivo di 71 testi. Si tratta, in particolare, di presentazioni di *packages* professionali (*spreadsheet, data base* e altri) e di articoli di formazione e/o sui linguaggi.

Molto presenti sono anche la produzione (prove e descrizioni) e il mercato *hardware* e *software* (in totale, il 25%) e il settore delle applicazioni (18%). In quest'ultimo caso, si rileva soprattutto interesse per i diversi rami dell'attività economica e per alcune professioni.

Infine, allo sviluppo delle reti telematiche è destinato il 5% sul totale degli articoli.

A. 6. SOFTWARE MAN

A.f.: *1985*; Ed.: *Centro Programmazione Pisano, Via G. Oberdan 41, 56100 Pisa*; Red.: *Via G. Oberdan 41, 56100 Pisa*; D.R.: *Carlo Lulli*; D.E.: *Giuliano Regoli*; P.: *mensile*; F.: *210 x 300*; pp.: *57*; p.f.: *5.000*

Altre caratteristiche editoriali

La « copertina » pubblica foto di persone, animali e paesaggi o ancora altri oggetti. L'« indice » si basa sull'evidenziazione dei settori.

Gli « autori » sono indicati nell'intestazione dei singoli articoli.

Per ogni numero si pubblicano un editoriale (sui contenuti del fascicolo o sulle attività del « Software Man Club ») e 7-8 articoli (brevi o molto brevi, ma spesso completi di tabelle e prospetti).

La rivista ospita notizie e comunicati del « Software Man Club » e del « Centro Programmazione Pisano » (che produce programmi e promuove corsi di formazione).

Vi è, inoltre, un appuntamento fisso con *Il programma del mese* (presentazione dettagliata, con relativo listato).

Le « rubriche » sono le seguenti: 1) *SOS software. La posta dei lettori*: con richieste di informazioni su *hardware* e *software* (3-4 pagine). 2) *Listino programmi*: *software* prodotto dal « Centro Programmazione Pisano » e relativo a diversi modelli di *personal computer* (un paio di pagine). 3) *Punti convenzionati*: elenco dei punti vendita convenzionati con il « Software Man Club » (un paio di pagine).

Relativamente al contenuto di « immagini », si rileva il 23% di pubblicità informatica, il 13% di tabelle e prospetti e il 9% di foto sul totale complessivo delle pagine.

Contenuti

« Software man » è un mensile di cultura e tecnica informatica, rivolto prevalentemente ad operatori del settore, aziende e professionisti.

Affronta problematiche e risoluzioni *software*, con riferimento a specifiche categorie merceologiche e settori professionali: l'area della « Formazione e programmi » (soprattutto calcolo e contabilità e *software* integrato) registra, infatti, il 51% su un totale complessivo di 27 articoli. La presentazione del *software* (adatto prevalentemente per i *computers* « Olivetti », « IBM » e « Commodore ») è tesa ad individuare l'utilità delle applicazioni e l'organizzazione delle procedure.

Abbastanza frequenti sono anche gli articoli di commento sulle applicazioni in campo economico e su alcuni aspetti connessi alla diffusione dell'informatica nella società (in entrambi i casi, il 18%).

Infine, alle prove o descrizioni di prodotti *hardware* è destinato l'11% sul totale degli articoli.

B. 7. AGORA' 2000

A.f.: *1983*; Ed.: *Edizioni Dedalo S.p.a., Casella Postale 362, 70100 Bari*; Red.: *Via Galleria Strasburgo 3, 20121 Milano*; D.: *Piero Mussio*; P.: *mensile*; F.: *210 x 290*; pp.: *50*; p.f.: *4.000*; Abb.: *40.000*; C.P.: *Dedalo S.p.a., Casella Postale 362, 70100 Bari*; T.: *8.000*; C.v.: *7.500*

Altre caratteristiche editoriali

La « copertina » pubblica immagini di grafica computerizzata.

L'« indice » si basa sull'evidenziazione dei settori, mentre brevi o brevissimi « sommari » si rilevano nello spazio dei singoli articoli. In entrambi i casi sono indicati gli « autori ».

Per ogni numero si pubblicano 12-13 testi, tra cui l'editoriale (su informatica e società, in genere) e, a volte, qualche saggio. I testi — che di frequente fanno riferimento a risultati di ricerche, attività convegnistiche o esperienze di applicazioni — possono comprendere tabelle e piccole schede di informazione integrativa.

La rivista è strutturata in quattro « sezioni » principali: *Scenari* (in genere, su diffusione dell'informatica nella società), *Cultura e tecniche delle informazioni* (prevalente-

mente applicazioni), *Coppie prodotto-mercato, Informatica* (strumenti, metodologie, ecc.).

Vi sono, inoltre, le seguenti « rubriche »: 1) *Notizie e commenti* (aperta alla collaborazione dei lettori): notizie e qualche breve commento su convegni e mostre, corsi e seminari, applicazioni aziendali o professionali, società, attività di ricerca e varie in Italia e all'estero (3-4 pagine, una decina di segnalazioni). 2) *Prodotti e applicazioni*: notizie e qualche breve articolo su produzione e mercato dell'*hardware* in Italia e all'estero (4-5 pagine, 7-8 segnalazioni). 3) *Contrappunto*: lettere di commento e richieste di chiarimento (una pagina).

Per quanto riguarda le « immagini », si rilevano un 21% di pubblicità (di cui il 62% relativa a prodotti informatici), il 13% di prospetti e tabelle e il 4% di foto.

Contenuti

« Agorà 2000 » è un trimestrale di cultura informatica, rivolto prevalentemente ad operatori e fruitori nel campo dell'informazione e dell'informatica e a professionisti.

Si interessa soprattutto alle applicazioni dell'informatica (il 34% su un totale complessivo di 35 articoli) e ad alcuni aspetti connessi alla sua diffusione nella società (28%). Tra i settori di applicazione più frequenti, troviamo l'amministrazione pubblica e privata, l'istruzione e la formazione scientifico-culturale; nell'ambito della categoria « Stato dell'arte e previsioni », invece, l'interesse prevalente è per le percezioni sociali dell'informatica, i relativi problemi di formazione e gli aspetti teorico-metodologici. L'attenzione per i rapporti tra diffusione dell'informatica e cultura dell'utenza emerge anche dalla presenza di articoli su informatica e lavoro (8%).

Infine, alla produzione e al mercato *hardware e software* è destinato il 22-23% sul totale degli articoli (ma va precisato che la descrizione di prodotti si limita, in genere, alle rubriche informative).

B. 8. GENIUS

A.f.: *1984*; Ed.: *I Mensili dell'Espresso, Via Cino del Duca 5, 20122 Milano*; Red.: *Corso di Porta Nuova 13, 20121 Milano*; D.R.: *Giorgio Gabbi*; P.: *mensile*; F.: *228 x 275*; pp.: *153*; p.f.: *5.000*; Abb.: *50.000*; C.P.: *Publietas, Via Cino del Duca 5, 20122 Milano*; T.: *105.000*; C.v.: *70.312*

Altre caratteristiche editoriali

In « copertina » si possono trovare immagini di grafica computerizzata o foto con persone o oggetti informatici. L'« indice » contiene brevi « sommari ». Gli « autori » sono sempre indicati.

Si pubblicano in media 27-28 testi per numero, con l'editoriale, 4-5 rubriche di commento e qualche intervista. Va però precisato che la rivista cambia struttura nel corso del periodo estivo, per cui diminuiscono gli articoli e aumentano i notiziari. Nella sua veste rinnovata (numero di luglio), la testata pubblica una ventina di testi e si presenta organizzata in quattro « settori »: *Copertina* (servizio con brevi interviste e segnalazioni varie), *Scienza*, *Tecnologia*, *Società*.

Vi sono, infine, le « notizie » e le « rubriche », che di seguito elenchiamo: 1) *Dal Parlamento e dintorni*: notizie sulle attività parlamentari in materia di economia e scienza (un paio di pagine, 4-5 segnalazioni). 2) *Ricerca*: notizie su stato e tendenze della ricerca scientifica e tecnologica in Italia e all'estero (un paio di pagine, 4-5 segnalazioni). 3) *Natura*: varie su natura ed ecologia, in Italia e all'estero (un paio di pagine, 4-5 segnalazioni). 4) *Tecnologia*: varie sullo sviluppo delle tecnologie (un paio di pagine, 4-5 segnalazioni). 5) *Electronic show*: varie su elet-

tronica e *computers*, in Italia e all'estero (un paio di pagine, 4-5 segnalazioni). 6) *In vetrina*: varie su *computer* e informatica, in Italia e all'estero (2-3 pagine, 5-6 segnalazioni). 7) *Lettere*: con interventi e commenti sugli articoli pubblicati (una pagina).

Tra gli appuntamenti fissi: *Il libro del mese* (una lunga recensione), *La galleria degli automi* (una sorta di divagazione su macchine e tecnologia) e *Se tocchiamo quel tasto* (breve presentazione di un programma con listato).

Sul totale complessivo delle pagine, si rileva il 32% di pubblicità (di cui circa il 50% è relativa a prodotti informatici), il 30% di foto e lo 0.2% di tabelle.

Contenuti

« Genius » è un mensile di scienza e cultura, con ampio spazio per l'informatica.

Area di interesse prevalente sono le applicazioni in campo economico (dall'agricoltura, alla automazione industriale, all'industria culturale) e nei vari rami della ricerca scientifica e culturale (nel complesso, si registra il 36% su un totale di 83 testi).

Inoltre, un certo spazio è destinato agli aspetti più generali connessi con la diffusione dell'informatica nella società (un 13% distribuito tra diffusione delle tecnologie, ricerca nel settore e varie), né sono trascurati i rapporti con il mondo del lavoro (4-5%).

Una caratteristica comune dei vari articoli sta nel fatto che l'informatica (di cui spesso si parla anche in relazione alle altre tecnologie) non costituisce un settore a se stante, ma emerge come dimensione trasversale e aspetto integrante della società. Ciò è in parte vero anche per i testi che rientrano nella categoria « Altro » (il 38%) e che si incentrano sui diversi settori dello sviluppo scientifico, culturale e tecnologico (dall'ecologia all'astronomia e meteorologia, fino alle telecomunicazioni e allo spionaggio elettronico).

B. 9. INFORMAT

A.f.: *1984*; Ed.: *G. Caratelli, Via Aurelia 430, 00165 Roma*; Red.: *Via Aurelia 430, 00165 Roma*; D.R.: *Vincenzo Battisti*; D.E.: *Tullio Perotti*; P.: *trimestrale*; F.: *210 x 285*; pp.: *17*; Abb.: *gratuito*; T.: *30.000*

Altre caratteristiche editoriali

La « copertina » pubblica prevalentemente foto di oggetti informatici. L'« indice » è sintetico o manca del tutto.

Si rilevano l'indicazione degli « autori » e brevi « sommari » dei principali articoli.

Per ogni fascicolo si pubblicano una decina di testi (ma nel primo numero, che contiene lo « Speciale » su un convegno, ne troviamo 7), tra cui un paio di interviste. Gli articoli, piuttosto brevi, fanno spesso riferimento ad attività convegnistiche, oppure sono inseriti in piccole monografie dedicate a società che operano nel settore. Si possono trovare, inoltre, sintesi di testi apparsi su riviste straniere.

Per quanto riguarda le « rubriche », ne troviamo una sola nel primo numero: *Echi e notizie dal mondo della scuola e del lavoro*: notizie su convegni, corsi di formazione, ecc. sui rapporti tra informatica, lavoro e scuola in Italia (2-3 pagine, una decina di segnalazioni).

E veniamo ai dati sul contenuto di « immagini »: sul totale complessivo delle pagine, il 30% è coperto dalle foto, il 5% da pubblicità di prodotti informatici e il 3% da tabelle.

Contenuti

« Informat » è un trimestrale di cultura informatica (dell'Istituto « Merry Del Val »), rivolto prevalentemente a operatori del settore e professionisti.

Interessi principali sono la diffusione sociale dell'informatica nei suoi vari aspetti (la categoria « Stato dell'arte e previsioni » registra il 39% su un totale complessivo di 28 articoli) e il settore delle applicazioni in campo soprattutto economico (25%).

Uno spazio abbastanza ampio è destinato anche alla produzione e al mercato dell'*hardware* (21%) e alle reti telematiche (10%).

B. 10. MEDIA DUEMILA

A.f.: *1983*; Ed.: *Gutenberg 2000, Corso M. D'Azeglio 60, 10126 Torino*; Red.: *Corso M. D'Azeglio 60, 10126 Torino*; P.: *mensile*; F.: *210 x 280*; pp.: *180*; p.f.: *5.000*; Abb.: *50.000*; C.P.: *Seat, Via A. Saffi 18, 10138 Torino*

Altre caratteristiche editoriali

La « copertina » pubblica spesso immagini computerizzate, oppure foto di persone in interazione con la macchina (oggetti informatici). Essa è, in genere, dedicata all'articolo principale del numero. L'« indice » si basa sull'evidenziazione dei settori (a volte con riquadro della storia di copertina), mentre brevissimi « sommari » si rilevano nello spazio dei singoli interventi. Gli « autori » sono sempre indicati.

Per ogni numero si pubblicano tra i 40 e i 50 testi, compresi qualche saggio e intervista (che però non hanno una periodicità fissa). In genere, si rilevano un articolo di apertura su tematiche di attualità; un *dossier*-speciale (spesso dedicato allo stato delle tecnologie in un dato paese); una storia di copertina, che può coincidere o con l'articolo di apertura o con il *dossier*. I testi sono prevalentemente lunghi e circostanziati (tranne per gli articoli compresi nei *dossiers* speciali). Periodicamente, inoltre, troviamo delle panoramiche su grandi società nel settore tecnologico o dell'informatica (« IBM », « Olivetti », ecc.) e le loro attività nel campo della rcierca.

Indichiamo ora brevemente le « rubriche »: 1) *Calendario*: conferenze, mostre e convegni in Italia e all'estero (un paio di pagine). 2) *Notiziario CEE*: iniziative CEE nel campo delle nuove tecnologie (un paio di pagine). 3) *Notizie*: produzione e mercato *hard/soft* e società, informatica nelle aziende e altre applicazioni, convegni di informatica, sviluppo tecnologico, telematica e telecomunicazioni. Le segnalazioni (una ventina circa in 4-5 pagine) riguar-

dano l'Italia e l'estero. 4) *Libri*: schede su libri di informatica, telematica e altre tecnologie editi in Italia e all'estero (4-5 pagine, una decina di segnalazioni). 5) *Convegni e saloni*: segnalazioni e brevi articoli su mostre e convegni (3-4 pagine, 5-6 tra articoli e segnalazioni).

Per quanto riguarda le « immagini », si rileva il 28% di foto e illustrazioni, l'11% di pubblicità (di cui il 75% riguarda prodotti informatici) e il 2% di tabelle e prospetti.

Contenuti

« Media Duemila » è un mensile di comunicazione e informazione nel campo delle tecnologie informatiche ed elettroniche. Si rivolge prevalentemente ad esperti e studiosi del settore e a chiunque sia interessato alla cultura tecnologica.

L'interesse principale riguarda il settore delle applicazioni in campo scientifico/culturale e, soprattutto, economico (il 55-56% su un totale complessivo di 127 articoli): si tende qui a coprire i vari rami di attività.

Inoltre, si rilevano molti articoli relativi allo stato e alla diffusione delle tecnologie informatiche (16%), con particolare riferimento ai progetti/prospettive di sviluppo e alle previsioni per la società futura, ai problemi della formazione e ai rapporti con le altre tecnologie (« Articoli pluritematici »).

Uno spazio abbastanza ampio, infine, è destinato allo stato e le prospettive di sviluppo delle tecnologie non informatiche (la categoria « Altro » registra il 12%).

Va a questo punto precisato che la distinzione tra tecnologie informatiche e altre tecnologie ha qui un valore puramente convenzionale: di fatto, spesso si parla di informatica nel più generale contesto dello sviluppo tecnologico o parallelamente con altre tecnologie. In entrambi i casi, inoltre, si prendono in considerazione i loro rapporti con la società o con alcuni aspetti di essa.

dano l'Italia e l'Europa 4) Libri [illegible]
[illegible] informatica e altre tecnologie nella la Italia e al-
l'estero (4° numero, sono [illegible]) 5) Cose
[illegible]
convegni (2-4 pagine, [illegible] articoli e segnalazioni.

Per quanto riguarda le «immagini», si rileva il 35% di foto e illustrazioni, l'1% di pubblicità (di cui il 75% riguarda prodotti informatici) e il 2% di tabelle e prospetti.

Commenti

«Media Duemila» è un mensile di cultura, scienza e informazione nel campo delle tecnologie informatiche e telematiche. Si rivolge [illegible] e a chiunque sia interessato alla cultura tecnologica.

L'interesse principale riguarda il [illegible] delle applicazioni in campo scientifico, culturale e soprattutto, [illegible] su un [illegible] tutto ciò che [illegible].

Inoltre, si rileva [illegible] alla diffusione delle tecnologie informatiche [illegible] alla partecipazione per la società [illegible] e [illegible] le altre tecnologie [illegible] di comunicazione.

[illegible] alle [illegible] e le prospettive di sviluppo delle tecnologie [illegible] informatiche [illegible].

[illegible] tecnologie informatiche e altre [illegible] [illegible] formatica [illegible]

[illegible]

[illegible]

Parte Seconda

PERCORSI DI LETTURA

CAPITOLO PRIMO

LE IMMAGINI IDEOLOGICHE

di *Giovanni Bechelloni*

1. Un mondo *sui generis*

Sfogliando e leggendo le riviste di informatica si ha la strana sensazione di abitare un mondo *sui generis*, un poco avveniristico e un poco parziale e dimidiato.

Gli oggetti informatici valorizzati in primo piano — macchine, pezzi di macchine, listati — funzionano come codici parziali di un universo che si presume noto, quasi ovvio e scontato. Al contrario da quello che si potrebbe presumere in astratto — avendo in testa i significati più latenti, esoterici e problematici, che l'avvento dell'informatica suggerisce — nelle pagine di queste riviste si trovano pochi riferimenti alle più profonde implicazioni culturali e sociali dell'informatica.

Gli aspetti tecnici, e le pedagogie e i percorsi necessari per il loro apprendimento, sono in primo piano, costituiscono l'oggetto principale di queste riviste. Le quali, dunque, assomigliano più al genere delle riviste aziendali o di *hobbystica* — di auto e di moto o perfino di francobolli — che non a quello delle riviste di informazione o di cultura.

Gli aspetti problematici e le dimensioni più marcatamente culturali sono pressoché assenti nella maggior parte di queste riviste, che presuppongono, perciò, un lettore già convertito alle ideologie progressive dell'informatica e desideroso di apprendere un saper fare, pratico ed operativo, piuttosto che di interrogarsi sui fini più generali e sui possibili e futuri raccordi tra l'informatica e la società.

2. La quotididanizzazione dell'informatica

In questo senso si può attribuire a queste riviste una implicita funzione, accanto a quelle pedagogico-informative esplicite: la funzione di naturalizzazione e di quotidianizzazione dell'informatica e delle sue molteplici applicazioni. Esse, infatti, danno per scontato un processo di ra-

pida informatizzazione della società: in certi casi rinviano ad un universo già informatizzato, in altri casi si strizza l'occhio al lettore nell'intento di trasformarlo in un militante di una nuova fede che ha i suoi nemici e i suoi detrattori tra coloro che non sanno, che sono ignoranti.

L'immaginario ideologico — l'orizzonte — di queste riviste, dunque, è quello tutto progressivo di un mondo futuribile, già largamente presente negli anfratti della nostra vita quotidiana, che potrà essere realizzato se si diffonderanno le macchine e le procedure, il sapere e il saper fare, incorporati nell'*hardware* e nel *software* che, a ritmi sempre più sostenuti, il comparto dell'informatica produce. Quelli evocati sono i tratti culturali dominanti individuabili in questo tipo di riviste; tratti che vengono presentati in forme più o meno esplicite e più o meno sofisticate a seconda dei più specifici *targets* di pubblico che si propongono di raggiungere e della funzione esplicitamente professionale oppure *hobbystica* che perseguono nell'ambito di un comune progetto promozionale e pedagogico.

Le riviste di informatica, analizzate dal punto di vista dei tratti ideologici che le attraversano, sono la punta avanzata di una rinnovata *ideologia del progresso* che era sembrata soccombere, nel corso degli anni settanta, sotto la duplice spinta dei movimenti collettivi e delle paure suscitate dall'immaginario atomico. Le immagini fortemente ambivalenti della scienza e della contemporaneità trovano qui un ancoraggio pacificante che si ricompone sui primi piani di una tecnica pulita, i cui tratti esoterici, innovativi e financo rivoluzionari, non sono di ostacolo a un apprendimento che è insieme il risultato di una fiducia, di una fede e di un impegno, che sono alla portata di tutti e ai quali non sono di ostacolo impedimenti strutturali come l'età o il sesso, l'istruzione o le condizioni sociali.

E' attraverso questi aspetti che le riviste valorizzano implicitamente il carattere democratico e universalistico dell'informatica attirando adepti con tecniche di convin-

zione che appaiono soprattutto efficaci nei riguardi dei *late comers*, di tutti coloro cioè che presumono, entrando in possesso delle virtù e delle abilità necessarie per controllare ed usare le nuove risorse informatiche, di meglio attrezzarsi nelle lotte per un lavoro migliore o per una migliore qualità della vita.

Lo stile di presentazione — dalla grafica alle illustrazioni — e la scrittura fanno perno soprattutto sull'essenzialità dei contenuti tecnici e degli aspetti di gratificazione che si presume possano offrire trattazioni che si limitano a individuare problemi per i quali le soluzioni vengono offerte o sono mostrate come possibili.

3. Mancanza di uno spessore culturale e pubblicistico

Da quanto sono venuto evocando emergono anche i limiti principali di queste riviste, che hanno avuto un loro piccolo *boom*, largamente indotto dalla pubblicità, ma che non hanno ancora trovato, salvo qualche caso isolato e più solidamente ancorato a *targets* precisi e a funzioni specifiche, una loro netta caratterizzazione nell'ambito della pubblicistica periodica. I limiti principali sono quelli che derivano dalla mancanza di uno spessore culturale e pubblicistico che si riscontra soprattutto in quelle riviste che sono fortemente tributarie di articoli e di notizie che provengono dalla traduzione di materiale straniero e che non riescono ad elaborare quei raccordi e quelle contestualizzazioni con gli ambienti italiani che sono necessari per dare maggiore credibilità alla propria funzione nelle zone più centrali e più forti della potenziale *readership* delle riviste stesse.

Accade, così, che il risultato complessivo che alcune, almeno, di queste riviste producono è quello di impoverire il discorso informatico privandolo proprio di quelle dimensioni che del discorso informatico sono gli aspetti più durevoli e rivoluzionarie, quelle capaci di rimettere in discussione: i processi di apprendimento, l'organizza-

zione del lavoro, i rapporti del singolo individuo e della società nel suo insieme con lo spazio e con il tempo*.

Aspetti questi che nelle riviste restano impliciti, privi delle loro dimensioni emblematiche e quindi largamente connessi alla mitologia del cambiamento piuttosto che alle sue analitiche e specifiche declinazioni come conseguenze, dirompenti più che di rottura, che si collegano al processo di lunga durata che caratterizza il percorso evolutivo degli esseri umani come animali simbolici.

4. Accelerazione del processo di simbolizzazione

E' stato, infatti, sottolineato che la conseguenza principale che l'informatica produce a un livello molto generale è quella di accelerare un duplice processo, in atto da tempo nella società umana: da un lato di intellettualizzazione e di astrattizzazione e dall'altro lato di esteriorizzazione delle funzioni intellettuali.

Rispetto alla tradizionale dicotomia che caratterizza i rapporti sociali e le attività lavorative — che posluta da una parte ruoli e funzioni sociali che trattano principalmente con le cose e dall'altra ruoli e funzioni sociali che trattano principalmente con le persone — il processo di modernizzazione ha fatto crescere il numero dei ruoli e delle funzioni sociali che trattano principalmente coi simboli. L'avvento dell'informatica accellera fortemente questo processo, che pure è sempre esistito nelle convivenze umane, dandogli anche una piegatura particolare, nel senso che lo estende a tutte le sfere dei rapporti umani e non solo a quelle relativamente circoscritte che riguardavano: l'immaginario religioso; le attività intellettuali, so-

---

* Su questi aspetti sono di grande interesse i saggi raccolti in A. Ruberti (a cura di), *Tecnologia domani. Utopie differite e transizioni in atto*, Laterza, Bari 1985; in particolare sugli aspetti sociologici, ideologici e culturali si vedano i contributi di P. Ercoli, G. Martinotti, P. Rossi, B. Secchi.

prattutto a partire dall'invenzione della scrittura; e le attività di scambio economico, soprattutto a partire dall'invenzione del denaro. Come scrive Pietro Rossi nel saggio sopracitato (p. 344): « lo sviluppo dell'uomo è stato... contraddistinto, fin dall'inizio, dalla progressiva esteriorizzazione delle funzioni intellettuali, e in particolare dal trasferimento della "memoria" sociale in organi esterni alla struttura corporea: la parola si è incorporata nel linguaggio, e il simbolismo linguistico ha permesso la conservazione dell'esperienza della società in forme diverse dalla memoria ereditaria delle altre specie ». Con l'informatizzazione « la memoria viene non più soltanto trasferita all'esterno, ma incorporata in una struttura meccanica: nello stesso tempo questa diventa capace di compiere operazioni intellettuali elaborando l'informazione che riceve, e acquista così qualcosa di analogo a ciò che il sistema nervoso è nell'essere umano ».

5. Settorializzazione della competenza informatica

Ho richiamato queste problematiche più astratte e generali — che pure sono fortemente implicate dal processo di informatizzazione della società — per mostrare quanto lontane siano queste riviste, nei loro tratti più significativi e con poche eccezioni, dalle dimensioni culturali dei problemi che trattano.

Le conseguenze di queste assenze, sul piano delle immagini ideologiche che esse implicitamente veicolano, sono rilevanti. Le riviste, infatti, al riguardo della *querelle* tra apocalittici e integrati che dominò il dibattito sulla televisione e sugli usi sociali della scienza — e che solo parzialmente si è riprodotta al riguardo dell'informatica — non si limitano ad essere di supporto al polo degli integrati. Esse ritagliano gli oggetti della loro attenzione in forme e in modi che rischiano di settorializzare fortemente le competenze informatiche che pure si ripropongono di attivare. Non solo nella direzione — che è banale con-

statare e che verrà superata man mano che si svilupperà, sotto la spinta della concorrenza e dell'allargamento dei mercati, un processo di reciproca compatibilità tra macchine e programmi — dei prodotti di questo o quel produttore ma nella direzione di assolutizzare le tecnologie informatiche e variabili indipendenti dei processi di trasformazione sociale e culturale.

Tale rischio di settorializzazione va fortemente evidenziato anche per evitare che, sulla forte pressione degli interessi commerciali e sulla spinta entusiastica dei neofiti delle nuove forme di sapere, si producano nelle scuole e nelle università, nelle amministrazioni e nelle aziende, innesti informatici privi di quei raccordi funzionali o di quelle connessioni culturali che soli possono consentire di trasformare tali innesti in un accrescimento generale delle potenzialità culturali e produttive.

6. La creazione di un ambiente favorevole all'informatica

L'universo delle riviste, dunque, lungi dal situarsi in una zona specializzata dell'editoria periodica, pur con qualche eccezione, assolve a una funzione para-pubblicitaria e promozionale, di mero supporto alla campagna pubblicitaria, soprattutto dei *personal*, che investì i *mass media* italiani nel biennio 1984-85 utilizzando massicciamente il canale delle televisioni private.

Con riferimento a questo aspetto, perciò, la loro funzione principale è stata quella di predisporre un ambiente favorevole all'informatica in tutte le possibili zone della società e particolarmente in quelle giovanili e marginali; in modo che l'informatica assumesse quelle dimensioni di familiarità che meglio si prestano a far cadere pregiudiziali negative e ostacoli psicologici.

E' così accaduto che, grazie anche a queste riviste, concepite come prolungamento di una campagna pubblicitaria, che pure aveva finalità di mercato ben precise, si sia creato in Italia — in modo rapido e soprattutto genera-

lizzato fino a toccare ogni zona geografica e ogni ambiente sociale — un clima favorevole all'accoglimento dell'informatica. Mai prima era accaduto che una innovazione tecnologica di così vasta portata potesse innestarsi, tanto presto e in modo così poco conflittuale, in un paese che pure è stato dipinto come imbevuto di cultura tradizionale e relativamente refrattario alle novità.

Forse è proprio grazie alle vesti « neutrali », sciatte e fortemente pacificanti, assunte dall'informatica che si è potuto realizzare — come effetto non previsto e non pianificato — quella informatizzazione dell'ambiente che ha precedenti, per le dimensioni che ha assunto, solo in Giappone. Basti ricordare che si è arrivati al punto che gli stessi giovani scolarizzati siano scesi per le strade per chiedere, tra le altre cose, proprio l'insegnamento dell'informatica nelle scuole al posto del latino.

In conclusione, si può dire che le resistenze all'introduzione dell'informatica, al generalizzarsi del suo uso, non sono da rintracciarsi nella società nel suo insieme, dove si è formato un clima culturale largamente favorevole. Le resistenze sono, semmai, circoscritte in ambienti particolari dove si teme di perdere vantaggi posizionali che l'informatica tende a vanificare.

Se quanto abbiamo ipotizzato è vero si può prevedere che l'universo delle riviste, che noi abbiamo fotografato in questa ricerca, muterà rapidamente per cercare di rispondere alle più precise domande che la prima fase di generalizzazione delle immagini dell'informatica, positive ma indeterminate e generiche, ha suscitato.

CAPITOLO SECONDO

I CONTENUTI TECNICI

di Francesco Battisti

1. La natura dei contenuti tecnici

Nonostante un ampio spazio delle riviste di microelettronica sia dedicato agli annunci, alla pubblicità ed ai contatti con i lettori, non può mancare un *nucleo centrale* composto da contenuti tecnici rivolti ai possessori di *home* e *personal computer*, il cui scopo dovrebbe essere quello di formare chi tocca un *personal* per la prima volta e poi di costituire un legame ed uno scambio permanente tra gli utenti abituali. Infatti, consultando subito la tabella n. 1, in cui vengono classificati oltre 2000 articoli provenienti dalle riviste di microinformatica pubblicate nel 1985, si può constatare chiaramente come la metà di essi (il 46,8%) sia dedicata a « formazione, linguaggi e programmi » e come una buona altra parte riguardi i nuovi prodotti *hardware*, le applicazioni e le prospettive. In due sottocategorie della tab. n. 1, le riviste dedicate solo ai *personal* e le riviste di listati, si può constatare come la pubblicazione sia soprattutto dedicata alla formazione degli operatori, ai programmi ed ai linguaggi, trascurando altri aspetti sociali e professionali dell'informatica di massa.

Al contrario delle pubblicazioni professionali, rivolte ad ingegneri ed analisti, questo tipo di letteratura non esige basi scientifiche specifiche, di conoscenza della analisi matematica e della teoria del calcolo elettronico, ma compie (al pari dell'industria che ha fabbricato l'*hardware*) un enorme sforzo di divulgazione per trasformare prodotti di tecnologia piuttosto complessi in oggetti di uso comune, quasi che fossero degli « elettrodomestici ». Le riviste, così come le macchine ed il *software* diretti alle masse, debbono essere *user friendly*[1]; lo fanno smitizzando quell'aura di complessità e di tecnicismo che ha circondato i centri di calcolo scientifici ed aziendali[2]. Le formule matematiche e gli algoritmi di programmazione sono tradotti in procedure facilmente realizzabili in pochi passi di programma, quasi fossero ricette di cucina; i problemi quotidiani trovano

soluzioni già pronte, mentre la programmazione in linguaggio macchina e le complicazioni dei sistemi operativi sono riservate solo ai più curiosi ed ai più esperti[3].

I contenuti tecnici delle riviste di microelettronica si possono sommariamente distinguere in:

* presentazione e prove di *hardware*, cioè delle macchine e degli accessori prodotti per queste ultime;
* presentazioni di prodotti *software*, cioè di programmi completi distribuiti da *software houses* (in generale, *word processor, data base, spreadsheet, computer graphics*, ma anche giochi ed *utilities*);
* listati di *software* originale corredati da spiegazioni, creazioni originali di collaboratori più o meno occasionali della rivista;
* brevi corsi di spiegazione dei linguaggi base (*Basic, Pascal*), delle metodologie di programmazione e dei sistemi operativi (*Dos*);
* rubriche dedicate a macchine particolarmente diffuse tra i lettori (tipicamente il Pc IBM e compatibili, il computer Apple II, il Commodore 64, lo Spectrum ecc.).

A questi contenuti tecnici si aggiungono altre annotazioni, aggiornamenti, osservazioni e persino *errata corrige* di programmi apparsi in precedenza. Con la diffusione di registrazioni su cassetta o su *floppy disk*, molte riviste offrono, per i listati troppo lunghi da ricopiare, un servizio di ordinazione e duplicazione dei programmi; alcune prendono addirittura la forma di « rivista cassetta », direttamente inseribile nel personal.

2. Le prove di hardware

Il carattere *hobbystico* delle riviste sul *personal computer* si può già riscontrare negli articoli dedicati alla presentazione ed alle prove di *hardware* che, nelle pubblicazioni professionali, dove prevalgono i contributi scientifici di teoria dell'informazione e lo studio di algoritmi mate-

Tabella 1 - DISTRIBUZIONE PERCENTUALE DEI CONTENUTI PER CATEGORIE DI RIVISTE

CATEGORIE TEMATICHE	CATEGORIE DELLE RIVISTE DI INFORMATICA					
	Cat. 1 Riviste inform. profess.	Cat. 2 Riviste di Personal	Cat. 3 Riviste di listati	Cat. 4 Riviste di cult. inform.	Totale %	VALORI ASSOLUTI
I. Stato dell'arte e previsioni	21.7	6.4	6.4	13.8	12.1	266
II. Produzione e mercato	20.2	13.2	4.5	19.4	14.5	319
III. Formazione, linguaggi e programmi	9.6	69.3	88.3	22.0	46.8	1.030
IV. Applicazioni	23.6	2.3	0.2	27.1	13.5	296
V. Informatica e lavoro	3.5	0.9	0.2	3.0	1.9	42
VI. Intelligenza artificiale	3.0	0.2	0.0	3.1	1.6	35
VII. Telematica	6.7	1.7	0.0	3.0	2.9	63
VIII. Altro	11.7	5.9	0.4	8.6	6.7	148
Totale percentuale	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	
Numero totale articoli	539	574	514	572	2.199	2.199

matici, sono quasi del tutto assenti. In questa sede, al contrario, l'acquisto di un *hardware* qualificato e funzionante costituisce non solo un investimento da considerare attentamente, ma anche il passo che il lettore, che vuole entrare nel mondo dei *personal*, deve necessariamente compiere. Si rimane poi legati all'*hardware* caratteristico del *computer* per la scelta del *software* e degli accessori.

Le macchine che vengono presentate dalle riviste sono di tre tipi:

* *home computer*, dal prezzo estremamente limitato (configurazione base al di sotto di due milioni);
* *personal computer* con caratteristiche tecniche più avanzate (al di sotto dei 10 milioni);
* *professional computer o workstation* per piccole aziende o liberi professionisti (di costo non superiore ai venti milioni);
* *portable computer* compatto, ad uso semiprofessionale (al di sotto dei dieci milioni).

Se si fa un rimento al mercato delle automobili, si può notare come il prezzo di un personal difficilmente superi il costo di un'autovettura di grossa cilindrata; di qui la plausibilità di considerarlo un oggetto di consumo.

La scelta viene resa, tuttavia, complicata e difficile dalla presenza sul mercato di molti modelli e di prodotti apparentemente simili, che un acquirente non riuscirebbe ad esaminare da solo, al pari di un *hobbysta* interessato a scegliere una buona macchina fotografica. La rivista, così come il dettagliante, funge da intermediario, fornisce suggerimenti e stimoli attraverso la pubblicità e consigli attraverso « prove » di *hardware* che appaiano obiettive[4].

In realtà gli articoli dedicati alle prove di *hardware* hanno anche altre funzioni che qui mettiamo in evidenza:

Per il lettore

* orientare il futuro acquirente, cioè colui che non possiede ancora un personal;

* agevolare chi vuole potenziare il proprio sistema offrendo notizie sulla disponibilità di accessori supplementari;
* facilitare chi vuole cambiare un sistema vecchio, offrendo alternative di macchine nuove e più potenti;
* segnalare difetti tecnici e di fabbrica che possono essere sanabili.

Per la rivista e per i produttori

* far presente ai produttori l'esistenza di un organo di informazione disponibile a divenire strumento di pubblicità;
* ottenere sponsorizzazioni particolari per fiere, mostre, concorsi;
* agevolare i punti di vendita al dettaglio;
* presentare al pubblico gli esperti nel campo.

Nella letteratura che è stata presa in visione dalla rilevazione empirica, risulta che 319 articoli su 2199 sono dedicati alla produzione *hardware* (il 14,5% del totale alla tab. n. 1). Di questi il 6,3% riguarda ancora i *mainframe* (e si trovano sulle riviste di informatica professionale e su quelle di cultura generale, che parlano dei nuovi tipi di calcolatori, superveloci), il 33,9% degli articoli è dedicato ai *personal* veri e propri (alla tabella n. 2), il 16,5% ad accessori dei *personal* (schede, stampanti, memorie, apparecchi di telecomunicazione, ecc.) per un totale di 181 articoli esclusivamente dedicati alla descrizione di apparecchi. Il resto degli articoli è dedicato a tendenze di mercato, profili aziendali (12,5%), annunci di nuova produzione *hardware* (13,8%), annunci di nuovi prodotti *software* (7,5%) e guida agli acquisti, spesso corredata da listini (2,2%). Nella tabella n. 2 si vede una chiara differenza tra la politica informativa delle riviste professionali che prestano maggiore attenzione alle tendenze di mercato ed agli sviluppi aziendali, e quelle di *personal* occupate a presentare i prodotti.

Le prove tecniche sono in generale vincolate da accordi informali. Per recensire un certo sistema *hardware*, la

Tabella 2 - PRODUZIONE E MERCATO HARDWARE E SOFTWARE: DISTRIBUZIONE PER CATEGORIE DI RIVISTE

	CATEGORIE DELLE RIVISTE DI INFORMATICA					
	Cat. 1 Riv.inform. profess.	Cat. 2 Riv. di Personal	Cat. 3 Riv. di listati	Cat. 4 Riv.cult. informat.	Totale	%
I. Prove e descrizioni hardware						
Mainframe	7			13	20	7.3
Personal	13	50	5	40	108	33.9
Accessori:						
-- schede		1			1	0.3
-- stampati	1	5	1	8	15	4.7
-- memorie	3	4		4	11	3.4
Terminali				2	2	0.6
App. di telecomunicazione	2	1	1		4	1.3
Accessori vari	5	5	3	7	20	6.3
Totale produzione hardware	31	66	10	74	181	56.7
Totale % produz. hardware	28.4	86.6	43.5	66.7		

II. Produzione software	6		4		10	3.1
III. Tendenze di mercato						
-- in generale	12			1	13	
-- società	28	1	2	9	40	12.5
-- produz. hardware	21	6	2	15	44	13.8
-- produz. software	11	2	4	7	24	7.5
Totale tendenze di mercato	72	9	8	32	121	37.9
Totale % tendenze di mercato	66.1	11.8	34.8	28.8		
IV. Guida agli acquisti		1	1	5	7	2.2
Totale %	100.0	100.0	100.0	100.0		100.0
Numero totale articoli	109	76	23	111	319 (*)	

(*) Il totale di 319 si riferisce alla voce II della Tabella n. 1

redazione non acquista il calcolatore, ma lo richiede gratuitamente per un collaudo. Il calcolatore, poi, verrà restituito al produttore integro. Per questo fatto non vengono svolte prove di resistenza e di affidabilità della componentistica elettronica, che la potrebbero compromettere, al pari di certi *test* adottati dalle associazioni per il consumatore statunitense.

Inoltre, sarà difficile trovare, nello stesso numero di una rivista, la presentazione di due diversi modelli di *personal* che abbiano caratteristiche simili (e quindi competitive). Viene esaminata una macchina alla volta, per evitare paragoni troppo evidenti, e poi altri accessori (stampanti, schede), che non abbiano le stesse caratteristiche. Spesso, la fotografia dell'apparecchio collaudato viene messa in copertina, accompagnata da un titolo di segnalazione.

Il collaudo, compiuto da un tecnico o da un redattore, riguarda un controllo superficiale delle componenti principali del *computer*. Queste sono:

* *La tastiera.* Poiché quella dei calcolatori non è *standard*, come quella delle macchine da scrivere, è opportuno valutarne l'agibilità. Le tastiere possono essere troppo piccole, nei modelli economici, non costituite da tasti, ma da strati plastificati poco adatti alla dattilografia, possono essere causa di confusione per la presenza di più simboli sullo stesso posto. La posizione particolarmente scomoda di alcuni tasti può indurre a compiere errori sistematici, ad alla cancellazione delle operazioni di programma.

* *L'unità centrale.* E' quella dove risiedono i circuiti di elaborazione. Nella prova tecnica la macchina viene smontata e si osserva la cura con cui sono state montate le componenti elettroniche. Si verificano la qualità del materiale e la presenza di difetti di montaggio.

* *Il monitor.* E' lo schermo dove vengono visualizzati i messaggi inviati dal *computer*. Il *display* può essere più o meno nitido e stabile (dipende dal numero di punti tracciati sullo schermo). Se è scadente, risulta affaticante per

la vista dell'operatore. Contiene un numero di caratteri varianti da 40 ad 80 per riga. Una maggiore risoluzione dello schermo agevola il *word processing*; la presenza di un *display* grafico, con molti colori, aumenta la qualità delle immagini nei giochi e nei disegni. Salvo rare eccezioni, la qualità del CRT *display* nei *personal computer* è mediocre. Su questa componente vengono infatti attuale notevoli economie di fabbricazione.

* *Le unità di registrazione.* Una volta erano disponibili solo i registratori a cassette, molto lenti. Oggi esistono unità di memoria a disco magnetico specializzate per *computer*. La qualità di un *computer* dipende anche dalla sua capacità di inviare e leggere testi, programmi ed immagini da memorie periferiche più o meno estese minimizzando gli errori di trasmissione. Le unità di registrazione dei *personal* non sono particolarmente precise. Chi incide sui *floppy disk* una grossa quantità di dati, senza farne copia, può andare incontro al rischio di ricavarne un'informazione difettosa.

* *Gli altri accessori.* Collegati all'unià centrale costituiscono ingressi supplementari per l'apparato di elaborazione, Sono usati per i giochi (*paddles, joystick*) o per puntare il cursore (il *mouse* del MacIntosh). Vi sono anche *computer* dotati di penne ottiche per la lettura di codici a barre, di *scanner* per registrare immagini, o di *modem* per comunicare con la linea telefonica. Fra gli altri accessori vi sono pure le stampanti che però nelle riviste sono trattate come apparecchi autonomi. Spesso sono costruite da società diverse da quelle dei *personal*.

* *Il sistema operativo.* Fa parte del *software* ma, poiché viene venduto insieme alla macchina, inciso nelle *Rom*, viene considerato una parte dell'*hardware*. Una volta ogni tipo di apparecchio era dotato di un sistema operativo diverso; oggi si sono siglati accordi per adottare sistemi operativi compatibili, se non comuni (lo *standard* MSX introdotto dai giapponesi, il DOS del Pc IBM, l'Unix, ecc.).

Dal punto di vista puramente tecnico, i *personal* non costituiscono prodotti industriali dalla qualità avanzata, né sono ritenuti tali dalle società costruttrici, che cercano di raggiungere una economia di scala con grosse produzioni. E' corretto ricordare che i microprocessori sono stati sviluppati dall'industria degli integrati principalmente per uso industriale e militare quando i costi di fabbricazione erano alti; i *chips* superati sono divenuti, a costi più bassi, il materiale base per il CPU dei *personal*. I limiti delle prove di *hardware* derivano quindi dai limiti del prodotto, le cui componenti elettroniche difficilmente rivelano qualche novità.

3. La presentazione del software

Gli articoli di presentazione del *software* sono in genere più concisi di quelli dedicati all'*hardware*. Al suo interno, una rivista di *personal computer* si riserva la possibilità di presentare un'ampia varietà di *software*: giochi, finanza, economia domestica, *word processing, data base, computer* grafica. Nella rilevazione empirica, i cui risultati sono esposti alla tabella n. 3, si sono contate 1.030 voci dedicate a questo argomento. Il 10% sono rivolte ad una rassegna generale dei linguaggi, il 35% a spiegare come si usa un *personal computer*, il 15% a pacchetti di *software* per applicazioni professionali (prevalgono i *data base*, i *software* di contabilità, ed i pacchetti di *software integrato*, che in questi ultimi due anni hanno riscosso successo). Le riviste dedicano il 7% degli articoli alla didattica: più che promuovere una vera e propria *computer aided education* nelle scuole, si cerca soprattutto di incoraggiare l'adozione di programmi di autoistruzione[5]. Le applicazioni domestiche rappresentano il 9% del totale; le più comuni si riferiscono al mantenimento di un bilancio nelle spese di ordinaria amministrazione, al calcolo dei mutui, alla scelta di diete, alla classificazione di oggetti tenuti in casa od altri aspetti dell'*hobbystica* familiare.

Nel quadro del *software* ha, invece, un ruolo fondamentale il *software* ricreativo (quasi un quarto di tutto quello presentato). Prevalgono i giochi di abilità, quelli di logica e di avventura; sono più rare le simulazioni di situazioni reali. Suddividendo i dati per categorie di riviste, si può notare come l'aspetto ricreativo, così importante nelle riviste di listati, ma anche in quelle di *personal*, sia quasi del tutto assente in quelle professionali e di cultura generale che prefersicono occuparsi di *software* applicato a problemi aziendali.

I prodotti *software*, apparsi su questa pubblicistica, sono distribuiti da *software houses* italiane (che agiscono su licenza straniera, prevalentemente nordamericana). Raramente la presentazione di pacchetti di *software* riguarda prodotti esistenti all'estero, per cui non esiste licenza in Italia: si rivela qui il carattere provinciale del mercato del *software* nazionale costretto a subire periodiche invasioni.

In generale, colui che recensisce il *software* descrive:

* il nome e l'origine del prodotto;

* lo scopo per cui è stato creato;

* la struttura esterna (il *menu principale*, pubblicandone talvolta lo schema in una fotografia);

* le scelte od opzioni disponibili all'utente;

* le applicazioni in campo manageriale;

* i miglioramenti di quella « versione » del *software*, rispetto a versioni precedenti (ad esempio il DBASE III rispetto al DBASE II) se si tratta di un prodotto noto;

* la portabilità su vari modelli di *computer*.

Non vengono invece date informazioni sulla struttura interna del *software* (il linguaggio di programmazione e gli algoritmi) e sulla sua duplicazione che infrangerebbero i diritti di *copyright*.

Al contrario dell'*hardware*, il *software* prodotto per i *personal computer* è di alta qualità, talvolta superiore a

quello disponibile per i *mainframes*. L'industria del *software* (che si tiene separata da quella dell'*hardware*) è nata al principio degli anni '70 per la programmazione in linguaggio macchina dei videogiochi, che si sono fatti sempre più complicati. Si è poi sviluppata proponendo pacchetti applicativi per ufficio (*word processing*, tabelloni elettronici, *data base*) o per uso professionale (ragioneria e contabilità).

Una nota aggiuntiva deve essere fatta per il *software* di divertimento, i videogiochi per consumo domestico e per locali pubblici. Esiste una pubblicistica ristretta che si è specializzata in videogiochi, come ad esempio la rivista « Videogames ». La funzione della rivista apparirebbe strettamente collegata al circuito dei videogiochi, in quanto quest'ultima viene pubblicata come catalogo ragionato delle novità, alimentando una domanda di divertimento che esaurisce rapidamente un prodotto già in circolazione. Per i giochi più complicati, la rivista offre suggerimenti sulle mosse vincenti per « battere » il *computer*, oppure organizza tra i lettori vere e proprie gare per ottenere *record* più alti (il punteggio massimo viene fotografato sullo schermo del *computer* ed inviato alla rivista che lo pubblica col nome del vincitore). Al contrario di molti altri programmi, i videogiochi non hanno un carattere direttamente didattico: il programma viene mantenuto come segreto industriale, scritto in linguaggio macchina, non corredato da altre spiegazioni, è difficilmente decodificabile.

4. I listati

La differenza tra il *software* listato e quello precedente è che il primo è « protetto » da un segreto industriale ed è il prodotto di un gruppo di analisti che hanno lavorato sullo stesso progetto, il secondo è assimilabile ad un'opera di autore pubblicata, facilmente ricopiabile e modificabile, offerto come « servizio » dalla rivista che lo divulga.

I listati, la cui pubblicazione rappresenta l'attività principale delle riviste della terza categoria, alla tabella n. 3, costituiscono la caratteristica tipografica più saliente delle riviste di *personal*, costellate dalle riproduzioni di stampe di programmi (talvolta pagine di numeri, se si tratta di istruzioni in linguaggio macchina). Infatti, dato che la riproduzione di un programma richiede un listato della massima fedeltà, è poco conveniente riportarlo in una veste tipografica più elegante. E' difficlie trovare una analogia con altre forme di *hobbysmo* che richiedano tale pedante precisione: nelle riviste femminili i listati potrebbero corrispondere agli schemi dei punti maglia per produrre i ricami; in quelle di elettronica agli schemi di montaggio di apparecchi di ricezione o di amplificatori.

Da un punto di vista didattico ed applicativo i listati costituiscono un particolare importante in quanto (a) presentano al lettore un programma realizzato completamente, e (b) invitano il lettore a ricopiare il programma, e quindi a comprendere, gradualmente, il linguaggio e la logica della programmazione. Chi ricopia un listato inevitabilmente commette qualche errore: nel tentativo di ricercarli (*debugging*) il programmatore dilettante scopre aspetti del programma che non gli erano chiari. Diventando più esperto riuscirà a modificare i listati secondo le proprie esigenze, ottenendo risultati originali.

Fino a pochi anni fa, le riviste professionali di informatica evitavano di pubblicare i listati, che consideravano materiale puramente applicativo. Questi ultimi venivano fatti circolare tra gli addetti sotto forma ciclostilata. Man mano che l'interesse per la programmazione si è ampliato, coinvolgendo il grosso pubblico, le riviste hanno risposto alla domanda di listati fornendoli direttamente, per gli apparecchi più diffusi. Negli ultimi cinque anni, col proliferare dei *personal*, sono state presentate al pubblico vere e proprie riviste di listati riferentesi a taluni tipi di *computer* (Commodore, Apple II, Msx, Z80, ecc.).

La pubblicazione del listato può essere fatta così co-

me viene prodotto dalla macchina, oppure con una spiegazione che riguardi il numero ed il tipo di variabili ed il modo con cui determinati problemi di calcolo sono stati risolti. Questo secondo tipo di presentazione ragionata del listato è sicuramente più qualificante, permette al lettore di analizzare ed imparare la struttura del programma (*flow chart*).

5. La spiegazione dei linguaggi base

Mentre i listati sono prodotti in un unico linguaggio base (*Basic* o *Pascal*) per costruire un programma, la spiegazione delle istruzioni relative ad un linguaggio base costituisce un procedimento diverso di formazione alla programmazione. In questo secondo caso, infatti, si danno gli strumenti logici per comprendere le istruzioni di programmazione singolarmente, e per la costruzione di programmi originali facendo uso di variabili che vengono create in piena autonomia. Si inizia col costruire programmi semplici per apprendere le istruzioni di ingresso e di stampa di una variabile alfanumerica; si continua svolgendo operazioni più difficili con *arrays* dimensionati.

Per attrarre il lettore inesperto, periodicamente, le riviste di *personal computer* pubblicano, in alcune puntate, un corso abbreviato di spiegazione delle istruzioni in *Basic* e (più raramente) in *Pascal*. Sono quasi del tutto assenti spiegazioni riguardanti linguaggi più « professionali » come il *Fortran IV*, il *Cobol*, o lo RPG. Anche qui si preferisce dare maggiore spazio ad una divulgazione che non richieda un impegno di apprendimento eccessivamente elevato, oppure si rimanda ai manuali tecnici (spesso inclusi nei *computer*) per i dettagli di una programmazione avanzata.

Oltre ai corsi di spiegazione dei linguaggi, vengono anche date spiegazioni per la gestione dei sistemi operativi più diffusi. Diverse riviste dedicano spazio ai « segreti »

del CPM e del MS-DOS, il sistema operativo di gran lunga più diffuso nel mondo dei *personal*.

Le statistiche da noi raccolte, invece, tenderanno a deludere chi crede nelle prospettive dell'informatica domestica. Solo l'1,6% dell'informazione complessiva è dedicata al problema dell'intelligenza artificiale, specialmente dalle riviste professionali e da quelle di cultura generale che l'affrontano nelle linee metodologiche più generali. Sono rari gli accenni ai linguaggi di programmazione (*Prolog* e *Lisp*). Il 2,9% degli articoli schedati riguardano la telematica, che viene considerata come una prospettiva di sviluppo dalle riviste di cultura generale, e come collegamento a reti dalle riviste di *personal*. Le riviste di informatica professionale sono invece più attente alla realizzabilità di servizi telematici ed ai problemi derivanti da essi (specialmente nel ramo bancario).

6. Le rubriche dedicate a particolari macchine

La frequenza di queste rubriche dipende dalla diffusione del prodotto commerciale. In un primo momento, la maggior parte delle rubriche furono dedicate al *computer* Apple II, poi fu il successo dello Spectrum, che divenne, a causa del basso costo, sinonimo di *home computer*, negli ultimi anni hanno avuto successo il Vic20 ed il Commodore 64 e lo standard MSX. Lo scopo di queste rubriche è quello di mettere in contatto i lettori che utilizzano la stessa macchina e superarne, assieme, le difficoltà di utilizzo. Vi sono alcuni procedimenti di *computer* grafica (costruzione di immagini viste tradimensionalmente oppure di figure animate per i giochi) che richiedono applicazioni tecniche in linguaggio macchina che il lettore comune non sarebbe capace ad attuare senza un aiuto da parte del più esperto. Sono ricorrenti, in queste riviste, articoli sugli *shapes* (figure in numeri binari) o sugli *sprites* (figure animate costruite col Commodore 64), sul *plotting* di immagini usando una, due o tre pagine grafiche.

I trucchi della programmazione permettono di ottenere risultati migliori, una maggiore rapidità di esecuzione del programma, permettono di realizzare procedure esecutive che il linguaggio *basic*, da solo, non conterrebbe.

Le limitazioni dei *personal* rendono i trucchi del mestiere indispensabili per superare gli ostacoli derivanti dalla imperfezione dei linguaggi base (i dialetti del *Basic* di cui sono provviste le macchine), interpretati in pochi *chilobytes* di memoria, e dalla ristrettezza della memoria.

6. La funzione delle riviste

E' difficile, in ultima analisi, affermare quanto queste riviste costituiscano un fenomeno culturale autonomo e quanto siano invece dipendenti dal successo commerciale del prodotto. L'elevata tiratura raggiunta da determinate riviste di listati, che hanno una veste tipografica estremamente modesta, giustificherebbe la seconda affermazione. Queste ultime costituiscono sicuramente il caso limite in questo ambiente: si può tranquillamente affermare che ricevono da parte del pubblico una accettazione che è direttamente collegata alla diffusione del prodotto e tendono a sparire man mano che lo stesso viene superato dai progressi dell'elettronica[7].

Altri tipi di riviste, come « Bit » e « Micro e Personal Computer », si mantengono indipendenti dal marchio di fabbrica. Al loro interno si possono identificare dei gruppi redazionali che sono sorti e si sono aggregati per affinità tecnica e culturale fin dai tempi in cui il *personal* costituiva ancora una rarità. I contenuti tecnici di queste ultime riviste sono sicuramente più ampi di quelli relativi ai listati, riguardano la didattica dei linguaggi, l'industria dei *personal* ed i pacchetti di *software*. Queste riviste offrono informazioni generali ma anche servizi specifici e si rivolgono ad un pubblico di tecnici e professionisti qualificati[8].

Vi è infine un gruppo di riviste di divulgazione tecni-

ca e scientifica che, constatato il successo della microinformatica, hanno incominciato a pubblicare listati e rassegne del *software* per i *computer* più diffusi. Non riescono però a fare concorrenza alla editoria specializzata, da tempo conosciuta dagli *hobbysti* più qualificati.

N o t e:

[1] Secondo una definizione data dalla rivista in lingua inglese « Byte », un programma è *user friendly* quando, in mezz'ora, riesce ad essere utilizzato da un incompetente ottenendo i primi risultati desiderati.

[2] Le polemiche contro gli analisti dei grossi sistemi sono frequenti. Basti considerare Chorafas, che considera i grossi calcolatori un retaggio della « paleotecnica » prima dell'età del sicilio. « Sono passati i tempi in cui regnava l'elaborazione a lotti. Oggi, sia nelle applicazioni previste per la famiglia, nelle case, sia in quelle previste per le aziende, si parla di interrogazioni, di accessi diretti e di interattività. E' in questo campo che si concentrerà il maggior sforzo degli anni '80 ». D.N. Chorafas, *Il computer addomesticato*, F. Angeli, Milano 1982, p. 30.

[3] E' il principio che, prima ancora delle riviste, ha caratterizzato tutte le pubblicazioni che si sono rivolte al pubblico dei personal. V. ad esempio, T. Dwyer e M. Critchfield, *Basic and the Personal Computer*, Addison Wesley, Reading Mass., 1978. « I programmi di questo libro — scrivono gli autori nell'introduzione — sono basati su idee provenienti da diverse discipline, ma non richiedono nessuna esperienza di calcolo elettronico ».

[4] Lo stretto rapporto tra la rivista ed il mercato è sottolineato in un editoriale di Michele Di Pisa: « Negli incontri con gli operatori sono solito ripetere che l'interesse d'una rivista di *personal computer* coincide esattamente con quello di tutta la professione: più macchine loro vendono e più ampia sarà la base dei lettori potenziali. Perciò, fin dall'inizio di questo mio incarico, ho impegnato la redazione ed i collaboratori perché nella scelta dei temi dei loro articoli tenessero sempre presente l'obiettivo d'una sempre maggiore diffusione dei personal computer », in « Micro & Personal Computer », anno III, n. 24, nov. 1982, p. 5.

[5] L'interesse per la didattica ha caratterizzato tutte le riviste

di personal. La didattica può essere intesa sia come « formazione » di coloro che usano i *personal computer*, sia come organizzazione di programmi didattici.

La « capacità didattica » della macchina viene attribuita all'elemento di novità che essa rappresenta agli occhi dei giovani che ci si avvicinano per giocare ma, poi, finiscono per imparare qualcosa di più. « Dove il comportamento degli adulti si è differenziato notevolmente da quello degli scolari — scrive un maestro di Trieste — è stato nel modo di accostarsi alla programmazione. I primi sono timorosi, impacciati, commettono spesso molti errori di battuta; i secondi, invece, si gettano (letteralmente) sullo strumento e sono capaci di far girare i loro programmi senza troppe difficoltà. I bambini fanno domande, discutono, formulano ipotesi; gli adulti, invece, accettano spesso che il sapere cali dall'alto », in P. Nuti, *Microcomputer a 10 anni*, in « Mc Microcomputer », anno 2, n. 7, marzo 1982, p. 5.

[6] Le riviste più qualificate dei listati sono anche in grado di compiere una selezione, in base a criteri di originalità. E' quanto viene affermato da Mauro Boscarol in un editoriale di « Personal software ». « Bene i programmi, ma meglio lo scrivere come si fanno, come si risolve un problema, come si superano le difficoltà tecniche. Tra un programma che calcola media e varianza e un buon articolo che illustra le tecniche di ricerca in una tabella, preferiamo il secondo. Tra una caccia ai dragone e una illustrazione sulle tecniche della grafica tridimensionale, preferiamo la seconda. Tra un gioco (non intelligente) in cui il *computer* serve solo da "telecomando" e un gioco (intelligente) in cui il *computer* può sviluppare una strategia, preferiamo quest'ultimo... Insomma il *computer* ci deve dare una mano per capire, per organizzare il pensiero e i ragionamenti, per farci crescere intellettualmente. Naturalmente, nell'area che ognuno predilige: la grafica, l'organizzazione degli archivi, l'intelligenza artificiale, la musica o la matematica », M. Boscarol, *Software ed idee*, in « Personal Software », anno 2, n. 4, gen.-feb. 1983, p. 9.

[7] Dalle dichiarazioni fatte dagli editori al nostro gruppo di ricerca, apparirebbe che le riviste di listati, che si riferiscono alle marche più vendute, raggiungano facilmente le 30.000 copie, ed in media un numero superiore a quelle tirate per riviste più professionali.

[8] Non sono stati fatti molti tentativi da parte delle riviste di informatica di dare una interpretazione sociologica dei propri lettori. Vi è infatti chi si indirizza solo ai tecnici, chi si rivolge agli *hobbysti*, chi pubblica per il mondo degli affari. Una vivace tipologia proviene da Giampietro Zanga, in un editoriale pubblicato in

uno dei primi numeri di « Bit ». « Ci immaginiamo chi potete essere — scrive rivolgendosi ai lettori — persone concrete, cui i discorsi elevati di *marketing* provocano incontenibili accessi di sonno; tecnici e ricercatori, più avvezzi al come, quando, dove e perché che non al caso od alla misura in cui...; oppure appassionati di elettronica logica, che in questa fuggono per dimenticare un lavoro noioso che quotidianamente fa del suo meglio per affogarli nel nulla. In una parola, drogati dell'elettronica, uomini che talvolta, sopra pensiero, in una limpida notte di luna, sussurrano teneramente alla ragazza qualcosa che sa di *fan-out*, di *bus* e di *left shift*. Se è così, siete dei nostri », G. Zanga, *Noi, voi e loro*, in « Bit », vol. 2, n. 2, marzo-maggio 1979, p. 7.

CAPITOLO TERZO

E' POSSIBILE UN USO DIDATTICO DELLE RIVISTE DI INFORMATICA?

di *Milly Buonanno*

Immaginiamo — per ricorrere a un vecchio ma sempre efficace espediente — uno studioso del futuro che volesse ricostruire come era intesa, rappresentata, divulgata l'informatica nella società italiana degli anni ottanta; e che, per farlo, disponesse della sola documentazione costituita dalla pubblicistica periodica dedicata, appunto, all'informatica; e in sostanza conducesse la sua indagine sullo stesso campionario di riviste illustrato nella presente « guida ». Che cosa gli direbbero queste fonti — senz'altro parziali ma non banali o insignificanti — al riguardo delle definizioni, delle immagini, delle modalità di ingresso e di diffusione della realtà informatica nella cultura sociale?

Innanzitutto, che nell'Italia degli anni ottanta la febbre tecnologica è salita rapidamente: quasi cinquanta riviste, e per la gran parte di recentissima istituzione, lo testimoniano.

In secondo luogo, che al medesimo termine di informatica corrispondono, di fatto, immagini differenti — sotto il profilo della maggiore o minore generalità, complessità, pregnanza dei fenomeni considerati — di cui hanno più largo corso quelle di tipo riduttivo o meramente settoriale.

In terzo luogo, che sono carenti le iniziative volte a introdurre le basi del pensiero informatico, a promuovere una cultura informatica presso un pubblico ampio e generale.

Beninteso, per trarre le due ultime conclusioni, l'ipotetico studioso del futuro dovrebbe condividere il punto di vista attualmente più accreditato dalla letteratura colta in tema di informatica: essere cioè quest'ultima, al di là di una tecnologia o di una disciplina scientifica specialistica, un nuovo e pervasivo modello di razionalità, una dimensione « trasversale » del sapere, i cui fondamenti dovrebbero far parte della cultura generale di ogni individuo. Non a caso si parla della necessità di una « seconda alfabetizzazione », da intendersi non tanto o non solo

come introduzione alle tecniche d'uso degli strumenti informatici, quanto come acquisizione delle conoscenze essenziali su ciò che è l'informatica, nelle sue logiche di funzionamento, aree di applicazione, valenze modificative, implicazioni sociali e culturali.

Se l'osservatore — contemporaneo o del futuro — muove da simili premesse, il panorama delle riviste, malgrado la sua consistenza quantitativa, non può che suggerirgli l'impressione di un approccio in gran parte riduttivistico alla dimensione informatica latamente intesa.

Basta guardare la distribuzione tipologica delle testate: la metà si annovera entro le categorie delle riviste di *personal* e di listati. Pur non essendo assimilabili — per differenze nell'impostazione e nei contenuti, come è spiegato altrove in questa « Guida » — le due categorie di riviste sono tuttavia accomunate da alcuni tratti fondamentali: 1) restringono il campo dell'informatica al *computer*; 2) privilegiano le procedure operative rispetto alle basi logico-concettuali e metodologiche del sapere informatico; 3) configurano un uso prevalentemente amatoriale e ludico delle tecnologie. Le nuove frontiere che l'informatica è reputata in grado di aprire alla conoscenza e alla civiltà sono difficili, se non impossibili, da intravedere nelle riviste di *personal* e di listati, che in tono colloquiale — e al tempo stesso con sovrabbondanza di terminologia tecnico-iniziatica — si rivolgono a un pubblico di consumatori devoti del *computer*. Come in tutti i casi di fruizione culturale, il *computer* sembra diventare un fine in sé, un microcosmo di cui l'utente è sollecitato senza posa a « scoprire i più reconditi segreti ».

Questa versione domestica e limitativa dell'informatica è certo, come dire, meglio che niente; ma il suo accentuato tecnicismo, sostenuto da un linguaggio gergale, è suscettibile di scoraggiare molti dall'accostarsi a una realtà dall'apparenza così arida e astrusa. L'informatica diviene in tal modo un fatto di adepti o di cultori appartenenti a circoli esclusivi, che nelle riviste di *personal* e di

listati trovano uno strumento di comunicazione a circolazione interna.

Seconda per numero di testate — quattordici — viene poi la categoria delle riviste di informatica professionale. Qui si presentano programmi sofisticati, si introducono i linguaggi più evoluti, c'è attenzione per gli aspetti teorici e metodologici (per l'informatica come scienza) e si delinea con una certa ampiezza il quadro degli attuali e potenziali impieghi delle risorse tecnologiche. Ne emerge un'immagine alta dell'informatica, ma come di un settore specialistico riservato agli esperti — addetti EDP, *managers*, o comunque soggetti professionalmente motivati di questo tipo di testate.

Il grosso dei periodici si suddivide, dunque, sebbene inegualmente, tra riviste per « amatori » e riviste per « chierici ».

Vengono infine le riviste di cultura informatica — il gruppo meno numeroso: dieci testate — che per linguaggio, tono, contenuti, si avvicinano maggiormente a strumenti di divulgazione per un largo pubblico. Per la verità, in molti casi il referente privilegiato è un lettore che si presuppone già in possesso di una qualche cultura e competenza informatica, un lettore già alfabetizzato; ma l'impostazione è tale da non escludere, almeno in parte, un pubblico generale, anche se le stesse riviste di cultura informatica non sono esattamente e prioritariamente tarate sulle esigenze di quest'ultimo.

Se l'editoria giornalistica, in linea del resto con la tendenza alla settorializzazione che attraversa tutto il campo della stampa periodica, ha preferito finora puntare su delimitati segmenti di pubblico — accreditando la definizione di un'informatica per pochi — è possibile che le cose cambino fra qualche tempo, sulla scia e per effetto dei progetti istituzionali volti a realizzare la diffusione di una cultura informatica per tutti.

Ci riferiamo all'introduzione dell'informatica nella scuola. Il dibattito sulla questione è stato molto intenso ne-

gli ultimi anni, dispiegandosi tra l'altro in un fitto calendario di convegni a larga affluenza di partecipanti.

Il mondo della scuola era stato percorso da una analoga corrente di interesse, in un passato non troppo lontano, nei confronti degli audiovisivi (le cosiddette nuove tecnologie educative): come non mancano di ricordare coloro che esortano a moderare gli eccessivi entusiasmi per le tecnologie e soprattutto a non investirvi attese di palingenesi educativa. Nel caso dell'informatica, c'è da aggiungere che a tenere desta l'attenzione hanno anche contribuito le sollecitazioni provenienti dalle famiglie e dagli studenti, portatori peraltro — in prevalenza — di una domanda di formazione specifica, frutto dell'erronea ma diffusa convinzione che nella società di domani si debba essere tutti informatici professionali.

Le analogie con la precedente — e rapidamente consumata — ondata di entusiasmo per gli audiovisivi non mancano, se è vera l'osservazione che già adesso nelle scuole italiane ci sarebbero più *computers* che idee (su come utilizzarli); ma resta che l'informatica è fenomeno, disciplina, risorsa di tutt'altra portata rispetto ai sussidi audiovisivi, e della sfida che pone alla scuola sembra esprimersi in molte voci del dibattito sufficiente consapevolezza critica da sostenere un interesse e un impegno non effimeri.

Del resto l'informatica è già presente nel nostro sistema di istruzione, dove è entrata come materia — quindi in una accezione ristretta e specialistica, al pari di quel che è accaduto per la pubblicistica periodica — da quasi venti anni. Risale infatti al 1967-68 la prima introduzione di insegnamenti di informatica in due indirizzi degli istituti tecnici industriali e commerciali, esperienza che si è progressivamente estesa fino a riguardare, nell'anno scolastico in corso, poco meno di trecento istituti. Numerosi altri, dei vari rami della secondaria superiore e della stessa scuola dell'obbligo, sono egualmente stati interessati sia da progetti di sperimentazione in qualche misura

coordinati e pilotati, sia da iniziative spontanee e scollegate (senza peraltro che sui « mille fiori » della didattica informatica, non sottratti al sospetto di essere talora selvaggi, si sia in grado di esprimere una valutazione).

Sullo sfondo di questi fermenti è stato elaborato, e ne è fin da ora iniziata l'attuazione, il piano ministeriale per l'introduzione dell'informatica nella secondaria superiore. Il piano prevede un primo innesto dell'approccio informatico entro gli insegnamenti di matematica e fisica del biennio delle superiori, e una progressiva estensione — che andrà di pari passo con la formazione « a cascata » degli insegnanti — alle altre discipline, nonchè in prospettiva alla scuola dell'obbligo.

L'informatica entra dunque nel sistema d'istruzione non come materia separata — in tale configurazione è riservata ai trienni specializzati — ma come dimensione transdisciplinare a valenza genericamente formativa. La strada scelta, e felicemente a parere di molti, è quella dell'educazione al pensiero informatico. Se l'impresa — non semplice né di breve momento — di disseminazione di una cultura sociale diffusa dell'informatica riuscirà a decollare, avrà forse bisogno di essere affiancata e supportata da strumenti pubblicistici ispirati alla medesima filosofia.

Ciò non toglie — questa « Guida », pensata innanzitutto per una utenza giovanile e scolastica non avrebbe, altrimenti, avuto senso — che le riviste esistenti configurino, comunque, una risorsa utilizzabile nella didattica dell'informatica. Quali usare, dipende dalle finalità perseguite. Sembra evidente, ad esempio, che nell'ambito di indirizzi specialistici e ovunque l'informatica sia oggetto di insegnamento come disciplina, si possa opportunamente far ricorso ai periodici a carattere professionale.

Quanto alle riviste di *personal* e di listati, sebbene alimentino l'equivoco di un'informatica ridotta alle abilità di manipolazione del *computer*, occorre tenere realisticamente conto del fatto che molti giovani (basta scorrere le rubriche di corrispondenza) ne sono appassionati letto-

ri; niente impedisce che, proprio a partire da tali riviste e dall'interesse che suscitano, si organizzi una didattica intesa sia ad ampliare e articolare più adeguatamente la visione dell'informatica, sia a superare, in direzione del necessario spessore concettuale, il livello del nozionismo tecnico. E' inoltre innegabile che il forte orientamento ludico delle riviste in questione sia il più idoneo a favorire riflessioni ed esplorazioni al riguardo delle potenzialità espressive delle tecnologie.

Sarebbe preferibile che i periodici professionali o amatoriali — la cui settorialità richiede di essere integrata da strumenti di più ampio respiro formativo — fossero affiancati dalle riviste di cultura informatica. Oltre che a un uso integrativo, queste ultime sono in realtà le sole a prestarsi a un uso autonomo e, per così dire, senza condizioni. Infatti, laddove le riviste professionali o amatoriali si inseriscono meglio — se non esclusivamente — nella didattica di discipline tecnico-scientifiche e presuppongono insegnanti esperti e scuole dotate di *computers*, le riviste di cultura informatcia possono entrare anche nella didattica di discipline umanistiche e svolgere una funzione di socializzazione all'informatica — nei confronti degli stessi insegnanti — indipendentemente dalla presenza e dall'uso del *computer*. Costituiscono in altri termini strumenti elettivi per la cosiddetta « informatica povera », che in realtà può contribuire molto a fondare le basi di una cultura informatica ricca.

CAPITOLO QUARTO

L'IMMAGINARIO INFORMATICO

di Fabio Scandone

Prologo: la trasgressione informatica tra ambiguità e ricerca di legittimazione

L'inclusione in questa sezione di contributi dell'immaginario informatico come area di osservazione relativamente autonoma sulle strategie grafiche delle copertine e degli inserti pubblicitari e sulle loro possibili correlazioni con universi di discorso culturali e simbolici, nasce come approccio ad una duplice esigenza manifestatasi con chiarezza nelle varie fasi della ricerca. La prima, relativa proprio allo *status* che l'informatica, in quanto oggetto di discorso pubblico sempre più privilegiato in testi giornalistici, politici e sindacali, occupa sotto il profilo della sua *legittimazione culturale e simbolica*: sospesa tra suggestioni letterarie marcatamente negative di sapore orwelliano ed una sua entusiastica accettazione, parimenti definitoria, in chiave di consolante certezza di un futuro migliore, secondo una dinamica che quasi sembra riprodurre quell'opposizione antitetica tra « apocalittici » e « integrati » all'avvento della cultura di massa, l'informatica è parsa configurarsi in un « effetto alone » di notevole ambiguità; così che a fronte di una sua diffusione sempre più estesa in zone centrali della società, dal mondo del lavoro alla sfera *hobbystica* e del tempo libero, fa da contrappunto una persistente ambivalenza sugli effetti indotti da questo potente *vettore di trasformazione*[1].

Di qui l'interesse verso le modalità di *autorappresentazione pubblica* dell'informatica attraverso una prima ricognizione delle strategie pubblicitarie che introduce alla chiave di lettura utilizzata come secondo rilievo metodologico di fondo. Né una analisi quantitativa, per quanto puntuale, degli elementi strutturali e dei soggetti della grafica pubblicitaria e di copertina delle riviste — foto, *packages, setting* — né una loro organizzazione successiva al fine di fornirne una grammatica di funzionamento, è parsa, infatti, in questa occasione, in grado di cogliere non soltanto i vari gradi di integrazione tra i codici verbali e

visivi compresenti nel messaggio, ma soprattutto i referenti enciclopedici con la cultura di massa e gli universi di discorso veicolati[2]. In questo senso un approccio testuale al messaggio inteso, cioè, come sistema di segni dotato di coerenza nell'intreccio di codici e registri discorsivi, è sembrato invece, anche per ragioni di spazio, funzionale per cogliere almeno in prima analisi alcuni segmenti del trattamento grafico dell'*autorappresentazione dell'informatica* in quanto ricerca di *integrazione* nel ventaglio di immagini della società prodotte dall'industria culturale e sedimentate nella memoria collettiva: ciò che riporta all'*immaginario informatico* come trasgressione di generi, linguaggi e temi della cultura di massa e alla loro ricodifica nei nuovi scenari indotti dalla trasformazione informatica.

Nel modesto spazio complessivo di questo contributo, le pagine che seguono costituiscono pertanto una chiave di lettura essenzialmente qualitativa sui dispositivi della *macchinazione* e sui loro universi di discorso, che, senza alcuna ambizione di esaustività ed anzi nella piena consapevolezza del carattere preliminare, offra al lettore non necessariamente specialistico, anche nella selezione di immagini fornite in appendice, alcuni « percorsi dello sguardo » nell'affascinante viaggio iniziatico all'informatica attraverso la stampa periodica specializzata proposto dalla Fondazione Adriano Olivetti con questo quaderno-guida alle riviste.

1. Macchinazione atto primo: la copertina della simulazione

Nel suo costituirsi virtualmente come *prima pagina*, la copertina riveste nei periodici una duplice, notevolissima rilevanza, sia sotto il profilo degli elementi informativi di base — denominazione della testata, prezzo, indicazioni editoriali varie e talvolta sommario a titoli degli argomenti

chiave — che ne assicurano in primo luogo una riconoscibilità immediata, sia sul versante delle immagini, ossia del tema o del soggetto prescelto e delle strategie grafiche utilizzate: questo secondo aspetto risulta di importanza decisiva poiché, fungendo prioritariamente da *elemento di richiamo* per il lettore abituale ma anche per il passante casuale, mira a stimolarne la curiosità e la fantasia, a catturarne l'attenzione secondo un complesso meccanismo di induzione e *feedback* che potremmo definire provvisoriamente come « effetto *shock* » capace di indurlo alla scelta di quella rivista; nella copertina non è tanto rilevante, dunque, la quantità di informazione assoluta convogliata, ma piuttosto l'intera sfera *denotativa*, la sua valenza, cioè, simbolica in grado di soddisfare in chi la guarda un bisogno di immaginario, inteso come intreccio di richiami ed interazioni con immagini del sociale prodotte dall'insieme dei generi della cultura di massa — televisione, cinema, pubblicità e fumetto — e che formano la *memoria collettiva*[3]. In questo senso, nei periodici specializzati in esame, l'immagine di copertina, sia in forma di foto che di disegno o di immagine computerizzata, diversamente e assai più di una qualsiasi fotografia in rapporto agli articoli, tende a *simulare* il reale più che a riprodurlo, si costituisce cioè come *messa in scena* predeterminata al fine prioritario di esibirsi efficacemente all'attenzione del lettore; ed è ancora in questo senso, inoltre, che le potenzialità in termini di *regia dello sguardo* offerte da dispositivi grafici diversi dalla fotografia — *packages* grafici e riproduzioni interpolate — appaiono più funzionali della foto ad attivare circuiti dell'immaginario, specialmente al riguardo dell'universo informatico, in cui la dimensione del *futuribile*, costantemente sottesa come proiezione del presente e della storia, necessita di rese grafiche complesse e in qualche modo attenuate nell'effetto-realtà proprio della foto[4]. Sebbene riscontrabile in misura maggiore negli inserti pubblicitari, anche il nostro *corpus* composto da una selezione di 26 copertine rappresentative di tutti i grup-

pi di riviste in esame, sembra confermare questa tendenza ad un utilizzo ridotto della foto, con appena otto casi sul totale, presentando tuttavia caratteristiche di rilievo che inducono ad una prima, significativa correlazione tra grado di complessità della foto e strategie di discorso[5]: la foto al suo grado più esplicito di semplice riproduzione statica dell'oggetto informatico appare, infatti, raramente utilizzata a favore invece di rappresentazioni in cui il *computer* risulti inserito in un campo visivo (*frame*) articolato in più soggetti, tale cioè da stabilire *interazione dinamica (framing)* della macchina in un più ampio contesto di segni[6]: generandosi così di volta in volta valenze simboliche che rendono la copertina un testo in codice visivo con elementi narrativi ad elevato grado di *dinamismo comunicativo*[7]. Sotto questo profilo, ed in riferimento alle modalità di autorappresentazione dell'informatica, una prima lettura analitica delle foto di copertina consente di individuare alcuni tratti costitutivi fondamentali.

Scarsa rappresentazione dell'elemento umano in interazione sociale

Risulta sottorappresentato l'elemento umano, inteso come soggetto attivo della trasformazione informatica, sia nella dimensione del singolo, che in quella più rilevante di attori e gruppi sociali. Anche quando scelte editoriali ritagliano segmenti specifici di discorso, ad esempio le applicazioni dell'informatica nell'*office automation*, le sequenze di foto su scorci del mondo del lavoro (in particolare le copertine di « Office Automation » e « Sistemi e Automazione ») appaiono più orientate sul versante dell'interazione macchina/uomo, privilegiando in tal modo la figura dell'*utente* del prodotto informatico, piuttosto che i possibili indicatori sugli effetti del prodotto circa le modalità di organizzazione del lavoro e le relazioni sociali inter-soggettive e fra gruppi.

Questa prima indicazione di tendenza ad un utilizzo so-

stanzialmente di *supporto* dell'elemento umano ci sembra confortata, inoltre, anche da una originale immagine di copertina su « Media 2000 », in cui il corpo di grande suggestione estetica di una donna senza volto fuoriesce dal video carezzando con la mano la tastiera del *personal computer* (Fig. 1).

La notevole *trans-attività* della foto investe qui il duplice livello di lettura del richiamo erotico esercitato dal corpo femminile, e del complesso rapporto instaurazione/soddisfacimento dell'*oggetto di desiderio* che coinvolge reciprocamente corpo di donna e *computer*: l'identità del volto non sembra funzionale, poiché la simulazione si stabilisce nell'armonia di un *design* che assimila corpo e macchina nella saturazione degli spazi visivi e nel piacere dello sguardo.

Inserimento del computer in un sistema complesso di oggetti

Questa seconda caratteristica — il cui fine è di esibire l'integrazione funzionale e la continuità storica del *computer* e che rimarca la centralità dell'oggetto informatico — assume rilevanza notevole come costruzione di universi e *frame* discorsivi entro cui l'informatica si rappresenta quale garante della cultura storica e dell'evoluzione del gusto: arte e segnali di *status* divengono i referenti di discorso più efficaci nel gruppo di riviste di cultura informatica. Nella copertina di « Genius » (Fig. 2) un *computer* è infatti abilmente inserito in un quadro di scuola fiamminga del 1600: *mimesi ed interpolazione* segnano le nuove frontiere della riproducibilità dell'opera d'arte come trasgressione/continuità rispetto all'originale. In una copertina di « Computer & Electronics », il *framing* investe invece il campo degli *status symbols* con la presenza di un *computer* portatile in una rete di accessori maschili esclusivi (Fig. 3): la macchina si propone come segnale di *status* elevato partecipando alla costruzione sociale del nuo-

vo *manager*. La *sfera della cultura*, nei suoi tratti fondamentali dell'opera d'arte come del *look* nell'abbigliamento e nella gamma di accessori sembra, dunque, costituire un segmento di discorso funzionale alla realtà vista in chiave informatica, attraverso una implicita costruzione di nuovi modelli estetici e immagini della professione.

Oltre la foto: l'atelier eidomatico e il tema del fantastico.

La grafica computerizzata, i *packages*, configurano l'altro volto delle copertine, quello celebrato dal Siggraph '85 come dimensione più avanzata della fantasia. L'intero campo delinea complessivamente una nuova estetica il cui riconoscimento in termini di *valore artistico* costituisce un momento decisivo di legittimazione culturale dell'informatica: di qui anche il susseguirsi di esposizioni e rassegne in cui la sperimentazione di nuovi moduli formali — si pensi solo al gioco tridimensionale del *Sexy Robot* — viene proposta alla critica in vista di un riconoscimento artistico alla grafica digitale, l'*eidomatica*. Nell'ambito di questa rassegna *flash* ci è sembrato stimolante proporre all'attenzione del lettore il tema del *robot* come esempio più significativo dell'intreccio tra memorie di massa e nuova dimensione del fantastico informatico: nella copertina di « Informatica oggi », il *robot* non sembra essere più il mostro/automa agente della paura collettiva, ma viene rappresentato in una corsa lineare e a volo radente sul nastro d'asfalto di un ipotetico ponte tra passato e futuro, sullo sfondo dei colori diurni di un *set* che quasi ne sanciscono tratti rassicuranti e familiari (Fig. 4); mentre la *Futurist Suggestion* di « Informatica 70 » coniuga quasi corpo umano e *robot* nelle sembianze di una trasfigurazione apparentemente senza traumi: è ancora una volta il corpo, la sua riconoscibilità, ad attuare il transfert antropomorfico (Fig. 5).

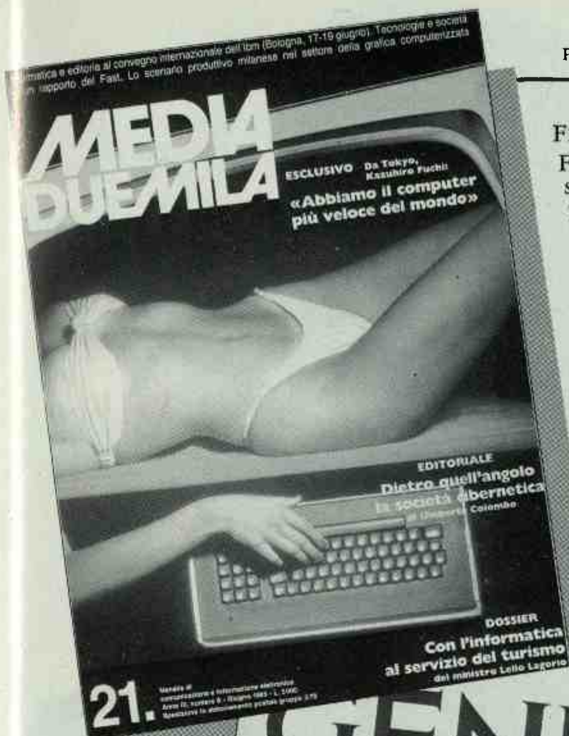


FIG. 1
Fascinazione senza volto per l'Eros digitale

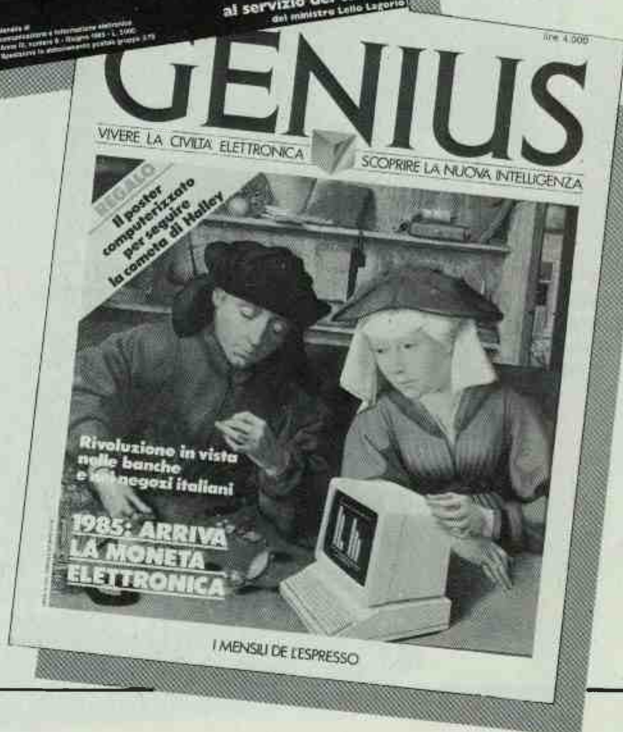


FIG. 2
Mimesis fiamminga: le nuove frontiere della riproducibilità dell'arte.

LA RIVISTA DI COMPUTERS PIÙ DIFFUSA NEL MONDO
Computers
& ELECTRONICS
EDIZIONE ITALIANA
Creative Computing
IL COMMODORE PORTATILE • dBASE E DINTORNI
LE SCHEDE PARLANTI
A CHE PUNTO SIAMO?

FIG. 3
Manager & Informatica: il framing della distinzione

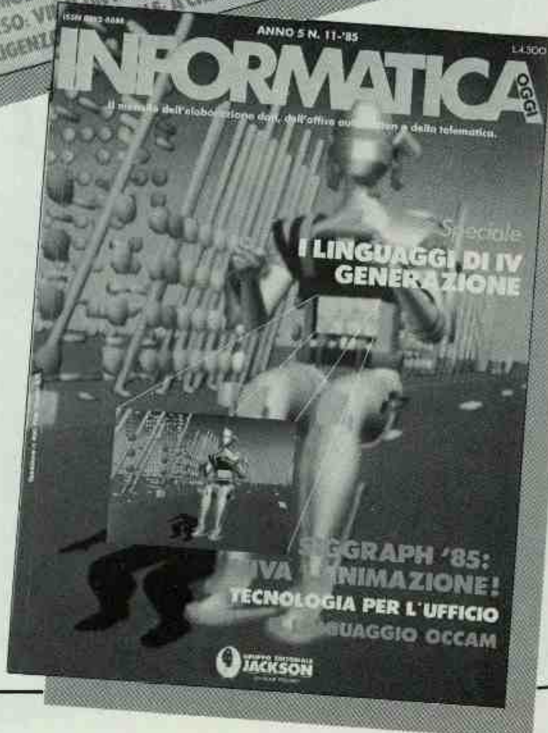


FIG. 4
Il robot, un amico che viene da lontano

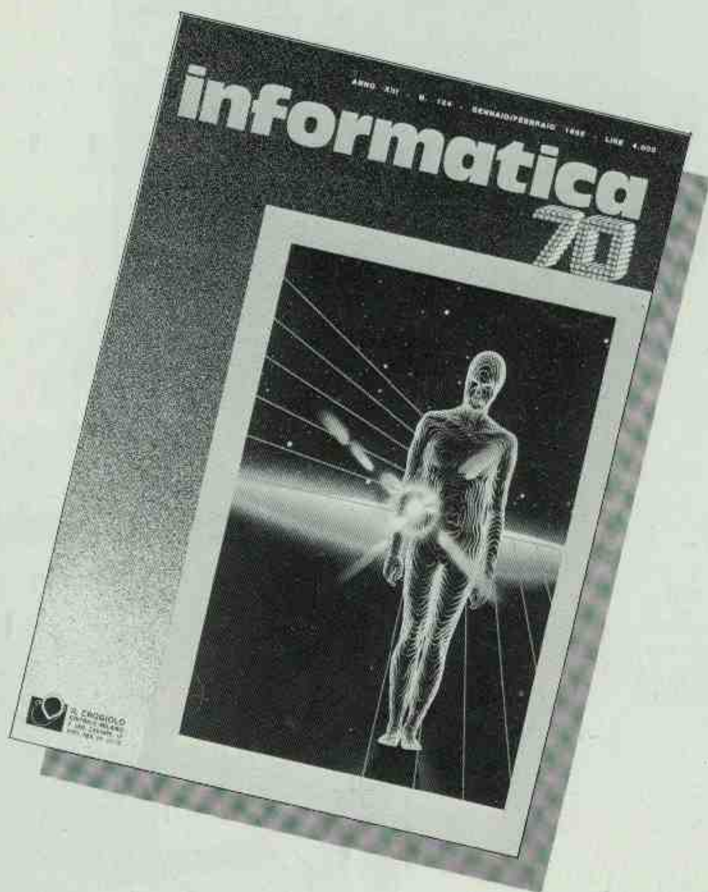


FIG. 5
Futurist suggestion: uomo-robot per un transfert indolore



FIG. 7
Quando anche l'avenue diventa italo-americana

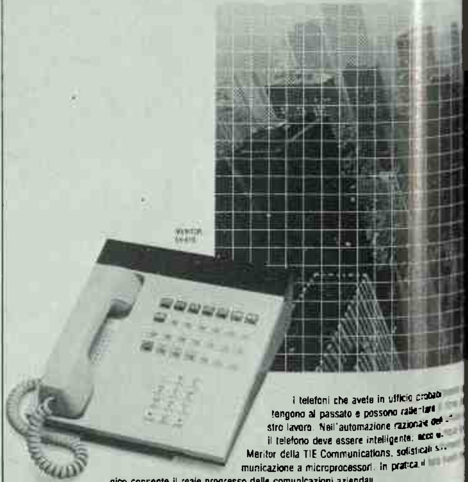
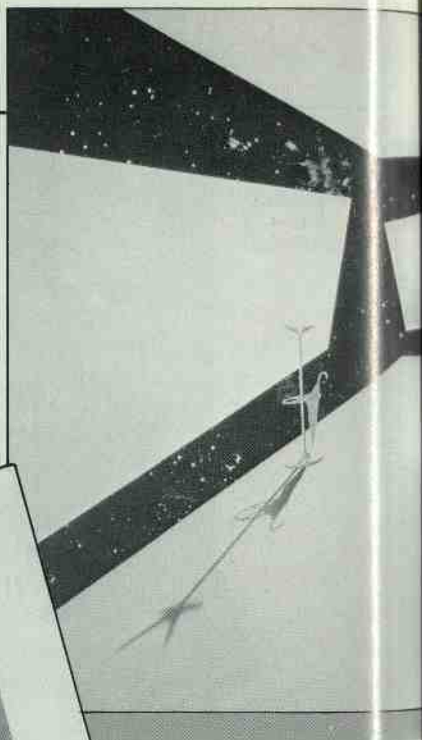


FIG. 6
Mito Urbano e american dream nella metropoli in corsa



FIG. 8
La promessa informatica: il lavoro senza conflitto

Fig. 9
Gli iperspazi del futuro:
una scrivania senza confini



MEMORIA DI GENIO...
IOĀN· PICVS · MIRANDVLA·
HP DATA MEMORIES... GENIO DI MEMORIA
LA SCELTA PIÙ LOGICA

Fig. 10
Memorie per sempre nella nuova unità del sapere

UNA SCRIVANIA SENZA CONFINI

Oggi c'è un sistema di informazioni per l'ufficio che va ben oltre le tradizionali funzioni di "office automation".

ALL-IN-1, il sistema Digital per l'automazione dell'ufficio può migliorare radicalmente il modo in cui voi e la vostra

Mettendo su un singolo terminale tutte le informazioni di cui potete avere bisogno.

È un sistema che si adatta ad esigenze specifiche. Facile da usare. Facile da espandere.

Valutate con noi i problemi di gestione delle informazioni nella vostra azienda.

Digital libera la vostra mente oggi per darvi il tempo di immaginare il domani.

digital



Versatile é bello.

si ottiene un risultato senza compromessi. È bello avere uno strumento di lavoro in grado di svolgere compiti diversi ottenendo ogni volta il meglio. **La stampante multifunzione Memorex 2068** è un esempio di versatilità e produttività unico nel suo genere, perché è così veloce da poter risolvere i problemi di stampa di un terminale EDP sottoposto ai più gravosi carichi di lavoro al ritmo di 350 caratteri al secondo. In più, sa cambiare marcia per offrire la qualità adeguata per svolgere i compiti tipici dell'office automation con una scritture ad alta densità alla velocità di 80 caratteri al secondo. La stampante Memorex 2068, è dedicata agli utenti di medi e grandi sistemi di elaborazione IBM e compatibili.

Stampante multifunzione 2068



è importante scegli

MEMOREX

A Burroughs Company

FIG. 11
Il King Kong non fa più paura







FIG. 12
Gruppo in cucina con computer: il nuovo Artusi della omelette informatica

E NUOVE TECNOLOGIE POSSONO ANDARE DI PARI PASSO CON LA QUALITÀ

FIG. 13
Tanto di computer, Jeeves!

2. L'effige del progresso: lo spot informatico

Se, dunque, una prima lettura delle immagini di copertina delle riviste ha consentito di scorgere come tratto relativamente unitario e ricorrente dell'autorappresentazione dell'informatica la centralità dell'oggetto nella costruzione della realtà sociale secondo il registro implicito della continuità storica e culturale, tale caratteristica di fondo appare riscontrabile anche negli inserti pubblicitari interni, situandosi però ad un più ampio e complesso livello di strategie di discorso. Nella pubblicità il notevole grado di esplicitazione pragmatica sul prodotto comporta infatti un utilizzo marcato di strategie di discorso che investono non soltanto il codice verbale dello *slogan*, ma l'intero testo risultante dall'intreccio dei vari piani visivi e linguistici. In questo senso, piuttosto che il riscontro dei più tipici elementi del linguaggio pubblicitario, per altro ben evidenziati dalla notevole bibliografia disponibile sull'argomento — uso marcato di alcuni tropi retorici quali metonimia, iperbole, *oxymoron*, chiasmi, tendenza ai neologismi e alla condensazione sintattica[8] —, particolarmente funzionale si è configurata invece ai fini del nostro discorso, l'individuazione di alcuni temi ed universi di discorso a maggiore frequenza nella pubblicità sul prodotto informatico in rapporto ai referenti culturali che nella decodifica complessiva del testo consentono a nostro avviso di attivarne riconoscibilità e legittimazione sul piano simbolico.

La città e il sogno americano

La città come luogo di produzione di immaginario collettivo fissato nelle sequenze filmiche dall'industria culturale cinematografica si coniuga nella rappresentazione dell'informatica con l'idea di progresso, simbolicamente associata alla *american way of life*: nell'inserto sui sistemi telefonici « Meritor », la foto-riquadro dei grattacieli illumi-

nati in notturna ripropone esplicitamente la *spettacolarità* della metropoli attraverso il grattacielo, come vettore dello sguardo in verticale; la crisi del modello di città industriale, gli scenari post-metropolitani appaiono ricodificati in positivo nei nuovi orizzonti di proiezione simbolica della *città terziaria* (Fig. 6). Il referente culturale e simbolico restano gli Stati Uniti, anche a costo dell'ibrido, come ad esempio nelle immagini dell'*effetto Honeywell*, in cui, alla lettura in verticale del grattacielo, si sostituisce la prospettiva dell'*avenue*, dai tratti strutturali ed architettonici tipicamente americani, ad eccezione delle insegne luminose in lingua italiana: ma il codice linguistico dei neon appare solo un dispositivo mimetico di un più generale effetto *informatica* che affida la rappresentazione del moderno al modello americano come mito planetario, compatibile, interpolabile con singoli segmenti di realtà locale, di cui, almeno nella pubblicità *Honeywell*, non si scorgono però che specificità puramente linguistiche (Fig. 7)[9].

Il mondo del lavoro e delle professioni

Informatica e lavoro d'ufficio: l'immagine ricorrente sembra orientata verso la terziarizzazione della società, in cui il dato innovativo non investe tanto tratti specifici delle singole professioni intellettuali e non, ma piuttosto la qualità dell'*habitat* che l'oggetto informatico mostra di elevare: ciò, sia nell'incremento di efficienza complessiva del lavoro, con la rappresentazione simultanea di soggetti in situazioni di lavoro al *computer* sino a configurare quasi una *dimensione a-conflittuale* dei rapporti di lavoro (che ci sembra implicitamente sottesa anche nello slogan « Una azienda che funziona ») (Fig. 8), sia nello sviluppo di capacità creative, incentivate dalla riduzione e trasformazione dei tradizionali tempi e ritmi del lavoro di ufficio: è il caso della « *Scrivania senza confini* » nella Fig. 9, significativo esempio di integrazione massimale tra codice linguistico e visivo; il messaggio introduce agli iperspazi del-

l'immaginazione e del futuro, alla rottura delle tradizionali coordinate spazio/temporali nell'organizzazione del lavoro, secondo un processo comunicativo circolare che trova nel secondo *slogan* in calce all'inserto il punto di convergenza-riattivazione: « Libera la vostra mente oggi per darvi il tempo di pensare il domani ».

Tempo e memoria della storia

E' questa un'area centrale nei processi di autorappresentazione dell'informatica come *garante* della trasmissione del sapere, della cultura e della memoria storica, in quanto organizzazione e controllo di informazione. La scrittura nella sua forma più artigianale di ideogramma, il dato che segna cioè il punto di avvio della più remota tradizione storiografica trova nel *floppy-disc* il supporto che ne assicura continuità, attuando la transizione dall'uomo alla macchina, nuova detentrice del sapere: « Memoria di genio » (riferito a Pico della Mirandola) diviene nella riformulazione informatica « Genio di memoria » (riferito ovviamente al *floppy-disc*), attraverso il dispositivo retorico del chiasmo che ne esplicita a livello di codice verbale la stretta corrispondente, enfatizzata, peraltro, dal riferimento a Pico della Mirandola in chiave di citazione colta e di *exemplum* (Fig. 10).

L'intera sfera della conoscenza con le sue dinamiche di stratificazione temporale sembra, dunque, ridefinirsi orizzontalmente come ventaglio di opzioni simultanee sull'asse cronologico di un *presente indeterminato in tempo reale* che tende ad annullare le tradizioni scansioni tra elaborazione-emissione-ricezione del messaggio: e se una successiva analisi linguistica per frequenze potrebbe mostrare una significativa occorrenza negli *slogan* di lemmi e serie avverbiali a vasta latitudine di significato e ridotta marca aspettuale nel rilievo cronologico — del tipo 'futuro', domani', 'memoria', 'sempre —, al livello più ampio di costruzione del testo, il processo mostra una articolazione

progressiva dalla dimensione minima dello *spot* (« datex memorie per sempre »), a frammenti esplicativi più strutturati (« perché catturare la conoscenza è molto più semplice che ricrearla da zero ») fino a segmenti narrativi complessi del tipo: « *Beati siano i miti. Ma solo chi è in possesso della conoscenza erediterà la Terra* » in cui parafrasi evangelica e rappresentazione dell'infanzia col bambino intento ai *floppy-disc*, delineano il nuovo credo tecnologico come confluenza di scansioni temporali separate nella dimensione attualizzante di un sapere universale immediatamente disponibile.

I generi della cultura di massa

Insieme alla rappresentazione del lavoro, del mito urbano e del tempo storico, il riferimento a universi e strategei di discorso utilizzati dall'industria culturale, costituisce un settore di estrema rilevanza che proietta l'immaginario informatico nella ricodifica di alcuni generi classici della cultura di massa secondo quel fondamentale rapporto di trasgressione/continuità sin qui delineato: la cultura di massa si rivela cioè pienamente funzionale ad attivare riconoscimento simbolico instaurando al tempo stesso familiarità e dimestichezza con la novità dell'oggetto informatico trasgressivamente inserito in un contesto narrativo improprio a vari gradi di integrazione e complessità contestuale: dal semplice riferimento a filoni classici, quali il poliziesco, attraverso associazioni semantiche (linguaggio in codice; problemi di decodifica; investigatore; figura di Sherlock Holmes dietro il *computer*); ancora, alla riformulazione di fumetto e *strip* in *spot* narrativi a tema informatico: è il caso di Archimede Pitagorico nella pubblicità di Sperry-Univac o delle *strip* di Chiappori utilizzate dalla Siemens in abbinamento alla citazione colta riformulata « Cogito ergo Siemens »; fino all'implicita riconversione in positivo di interi universi di discorso veicolati dalle immagini filmiche come aree cruciali dell'im-

maginario collettivo: è il tema della *grande scimmia, del mostro, del mutante* espressione dell'angoscia verso l'ignoto extrametropolitano che celebra la sua nuova *versatilità* all'inoffensivo e persino alla simpatia nel passaggio dagli schermi al manifesto pubblicitario. La scimmia diventa cartone animato con fiori, la macchinazione informatica la trasforma in una effige rassicurante, King-Kong non fa più paura (Fig. 11).

3. L'immagine dell'immaginario: quel computer dal sangue caldo

Sin qui, i frammenti di un discorso informatico ai quali si è preferito omettere per ragioni di spazio almeno altre due aree di osservazione emergenti: la famiglia e i suoi ruoli sessuali con la frittata al computer, e i nuovi *status symbols* del *maggiordomo robot* con *champagne* d'annata, che tuttavia proponiamo al lettore nel corredo di immagini in appendice (Figg. 12-13).

Non di meno *l'informatica vista dall'informatica*, dal corpo centrale cioè delle riviste specializzate disponibili in Italia, ha forse mostrato l'utilità di un approccio testuale all'universo grafico, consentendo almeno preliminarmente di scorgere la *strategia della legittimazione simbolica* come elemento cruciale che fa del *computer* il vettore della continuità storica e culturale, anche se in più di un caso con una tendenza alla sottorappresentazione dell'attore-uomo.

Ma proprio in ciò risiede forse un dato di rilevanza notevole al riguardo del più generale versante ideologico affrontato in un altro saggio di questa sezione di contributi: poiché nel rappresentarsi come oggetto di arredamento consacrato dal *design*, come supporto funzionale, come fattore di incremento della comunicazione planetaria, di *confort* e qualità nel lavoro e nell'*habitat*, fino alle maliziose sembianze umane del *sexy-robot*, nel predicarsi *Friendly &*

Compatible, il *computer* sembra annettersi tratti di familiarità volti a ridurne la distanza in quanto macchina automatica fine a se stessa.

Il suo riconoscimento simbolico mostra allora di attuarsi nella integrazione progressiva in zone chiave della scena sociale attraverso dispositivi grafici e testuali che in parte si è cercato di ripercorrere.

Ciascuna delle aree provvisoriamente individuate rimanda, infatti, al problema centrale del passaggio da una società dello spettacolo ad una fruizione diversa dell'immaginario tecnologico in cui l'uomo sembra costituirsi come terminale in un più esteso reticolo di informazione e stimoli, che si offre come tema per ulteriori e più sistematiche verifiche empiriche.

Senza contare che l'autorappresentazione è, infine, solo il primo versante del duplice piano dell'immagine dell'informatica anche attraverso i periodi di attualità e i vari media, per altrettanti percorsi di lettura ancora tutti da scrivere.

Note:

[1] Nella vastissima saggistica disponibile sull'argomento che richiederebbe una scheda bibliografica ragionata, segnalo alcuni testi introduttivi che possono offrire al lettore anche non specialistico una panoramica sulle problematiche della cosidetta rivoluzione informatica: AA.VV., *Tecnologia domani*, a cura di A. Ruberti, Laterza, Roma Bari 1985; G. Richeri, *L'universo telematico*, Dedalo, Bari 1982; inoltre il recente *Computerland* di R. Faenza, Sugarco, Milano 1985. Un interessante segmento sull'ampio dibattito circa gli scenari indotti dall'informatica può essere ricostruito inoltre attraverso la lettura degli interventi di A. Peccei e D. Ikeda, in *Campanello d'allarme per il XXI secolo*, Bompiani, Milano 1985; F. Ferrarotti, *Cinque scenari per il futuro*, Laterza, Bari 1985 e A. Minc, *Il dopo crisi è già cominciato*, Marsilio, Venezia 1985.

[2] Per una trattazione dei dati quantitativi rinvio al testo di Anna Lucia Natale (cfr. infra).

[3] *Sfera denotativa*, secondo la terminologia del semiologo Roland Barthes, in un suo studio ormai famoso sulla fotografia, *Le message photographic*, apparso per la prima volta in « Communication », Paris 1961.

Anche il ventaglio della cultura di massa nei suoi aspetti semiologici e sociologici presenta una gamma di opzioni notevolissima: mi limito pertanto a segnalare come testo introduttivo ad una lettura semio-sociologica, G. Ferraro, *Strategie comunicative e codici di massa*, Loescher, Torino 1981; per una interessantissima lettura dei generi in relazione all'immaginario collettivo, cfr. A. Abruzzese, *La grande scimmia*, Napoleone, Roma 1979.

[4] Cfr. P. Bourdieu, *La fotografia*, Guaraldi, Firenze 1972, in particolare il cap. 1 e il saggio di L. Boltansky sulla *Retorica della figura*. Ciò che qui si intende sostenere non è l'oggettività assoluta della foto, peraltro improbabile, ma lo scarto in termini di capacità di realizzazione del fantastico che la oppone ad altre realizzazioni grafiche.

[5] Sotto questo profilo appare interessante anche la correlazione riscontrabile con i vari gruppi di riviste: le foto più complesse appaiono infatti con maggiore frequenza nel gruppo di riviste di « cultura informatica » a più ampio orizzonte discorsivo sui processi di costruzione della realtà sociale in chiave informatica; ciò rinvia d'altro canto al versante delle strategie editoriali seguite da ciascuna testata che per evidenti ragioni di spazio non si è potuto affrontare in questa sede.

[6] Sulla nozione di *frame* come *cornice* entro cui vengono rappresentati situazioni comunicative ed universi di discorsi cfr. Mau-

ro Wolf in « Quaderni Rai », VPT 36, 1981; ed inoltre dello stesso, *Sociologie della vita quotidiana*, Espresso Strumenti, Roma 1979.

[7] Si tratta della nozione di *Comunicative Dynamism*, elaborata dalla riflessione linguistica teorica più recente: per una lettura sia in chiave teorica che applicata a testi dei media, rimando ai saggi di R. Sornicola, D. Agozzino, M. Cecchini e F. Scandone negli *Atti del XVII Congresso Internazionale di linguistica*, Urbino 11-13 settembre 1983, pubblicati da Bulzoni, Roma 1985.

[8] Sul linguaggio della pubblicità cfr. M. Corti, *Il linguaggio della pubblicità*, in G. L. Beccaria (a cura di), *I linguaggi settoriali in Italia*, Bompiani, Milano 1973; inoltre, G. R. Cardona, *La lingua della pubblicità*, Longo, Ravenna 1974; U. Castagnotto, *Semantica della pubblicità*, Silva, Roma 1970, e lo stesso G. Ferraro, op. cit., passim.

[9] Sulla città come luogo dell'immaginario un ottimo testo è AA.VV., *Spettacolo e metropoli*, a cura di Alberto Abruzzese, Liguori, Napoli 1981.

CAPITOLO QUINTO

GLI ACCORDI DI COPYRIGHT TRA LE RIVISTE DI INFORMATICA

di Mario G. Losano

[illegible]

1. Il ricorso agli articoli stranieri

La grande quantità di riviste sull'informatica presenti anche sul mercato editoriale italiano ha generato una certa penuria di articoli importanti da includere in ogni numero. A questa situazione si fa fronte con accordi tra testate italiane e straniere, in modo da consentire la pubblicazione in traduzione italiana degli articoli ritenuti più interessanti in precise pubblicazioni straniere.

Questi accordi internazionali non indicano necessariamente che in Italia non si è in grado di produrre buoni articoli tecnici o tecnico-divulgativi, bensì che la quantità di tali articoli richiesta dagli editori è incompatibile con il tempo necessario a concepirli e redigerli. Un tecnico di impresa o un docente universitario possono infatti dedicare soltanto una quota limitata del proprio tempo alla stesura di articoli per le riviste di divulgazione scientifica, a media e grande diffusione.

In questa situazione, il ricorso ad articoli stranieri costituisce la soluzione editorialmente più semplice e imprenditorialmente più sicura. Bisogna tuttavia distinguere l'aspetto fattuale dall'aspetto giuridico di questo ricorso, poiché spesso i due non vanno di pari passo.

Sul piano guiridico, si possono distinguere due tipi di accordo: quello di esclusiva e quello, per così dire, occasionale.

L'accordo di esclusiva vincola l'editore del testo originale a cedere solo all'altro i testi pubblicati dalla propria rivista. Si tratta di un vincolo molto forte per entrambi, e per questo esso non è molto diffuso. Nell'informatica non vi sono riviste italiane che siano direttamente la figliazione di riviste straniere, come avviene ad esempio con « Le Scienze », in cui è tradotto buona parte del materiale di « Scientific American », integrato da pubblicazioni di autori italiani o su argomenti rilevanti per l'Italia. Non mancano tuttavia riviste che hanno un accordo fisso con una o più riviste straniere: « Zerouno », ad e-

sempio, ricava articoli da « High Technology », « Byte » e « Datamation ». Anche « Computerworld » indica quali sono le sue fonti straniere.

Tuttavia questa soluzione (che è giuridicamente corretta) è poco praticata, proprio per la rigidezza del vincolo reciproco che essa comporta. In molti casi gli accordi — sia di esclusiva, sia occasionali — non sono palesi per il lettore: ciò genera alcuni problemi culturali, accennati all'ultimo paragrafo di questo scritto.

Un secondo rimedio alla carenza di articoli di produzione nazionale deriva dall'accordo editoriale raggiunto di volta in volta su un singolo articolo tra la rivista italiana e quella straniera. Questi accordi individuali richiedono però uno sforzo *ad hoc* (corrispondenza con l'editore, eventuale accordo con l'autore, indicazione di volta in volta del compenso ecc.), il quale può non dare frutto nei tempi necessari per rispettare le cadenze della produzione editoriale. Inoltre essi richiedono un costante sfoglio di molte riviste straniere, da cui trarre alcuni titoli da tradurre. Insomma, il lavoro della segreteria di redazione è molto incrementato da questi tipi di accordo.

In astratto, questa via può essere utile soprattutto se usata complementarmente all'accordo globale. Essa consente infatti di introdurre di volta in volta tematiche nuove o attuali, senza vincolarsi in alcun modo ad un'altra rivista. In concreto, tuttavia, la prassi editoriale prende vie diverse.

2. L'invasione di terreni riservati

Non sono mancate contestazioni per invasioni di terreni riservati: è infatti avvenuto che qualche rivista pubblicasse articoli tradotti da una pubblicazione straniera, ignorando o fingendo di ignorare che essa era già vincolata da un accordo di esclusiva per traduzioni con un'altra rivista italiana.

In questi casi ci si muove in una zona grigia, dove gli accordi giuridici sono spesso assai labili o inesistenti. Quest'area non regolata corrisponde, a mio giudizio, ad una prassi editoriale largamente diffusa.

Le controversie giudiziarie sono sempre legate a casi in cui la violazione degli accordi si accompagna anche ad una violazione del diritto d'autore. In altre parole, la rivista « pirata » traduce il testo senza interpellare l'editore originario. In altri casi la situazione è resa più complessa dal fatto che l'articolo non viene tradotto alla lettera, ma è oggetto di un rimaneggiamento più o meno ampio.

Violazioni di questa natura si verificano spesso per deliberata scelta dell'editore « pirata », il quale conta sulla confusione oggi esistente nel mercato dell'editoria informatica per passare inosservato. Alcune volte, tuttavia, è la sprovvedutezza di un editore che lo porta ad appropriarsi di un testo altrui, rimaneggiandolo, nell'erronea convinzione che ciò sia lecito.

Quest'ultima ipotesi potrebbe sembrare troppo benevola, ma non va senz'altro esclusa: troppo spesso, nell'editoria libraria, vedo sottoporre alla segreteria editoriale traduzioni manoscritte di libri, di cui il traduttore ha acquistato una copia senza porsi il problema dei diritti d'autore. Traduttori culturalmente validi ignorano il sistema delle opzioni e la cessione dei diritti di traduzione, accollandosi così fatiche spesso inutili. Nell'editoria libraria, il maggior impegno economico nella realizzazione dell'opera e la struttura del mercato evitano (in generale) atti di pirateria. Nell'editoria dei periodici specializzati, invece, è tecnicamente più facile che un articolo tradotto senza autorizzazione o rimaneggiato senza aggiunte originali venga pubblicato da un editore cui scarseggiano o il materiale o gli scrupoli.

Una fonte di confusione, constatata più volte, è il fatto che alcune riviste scientifiche — legate a case costruttrici, ad accademie scientifiche o a fondazioni che non

abbiano scopi di lucro — consentono la riproduzione (e quindi anche la traduzione) del testo, purché si faccia menzione della fonte. Questa magnanimità viene talora erroneamente supposta anche in pubblicazioni di altra natura, senza tener conto della diversa dizione che in esse stabilisce la protezione dei testi attraverso il diritto d'autore.

3. Gli scritti informatici italiani all'estero

Non mi consta che esistano accordi internazionali in cui riviste italiane siano stabilmente legate o vincolate a cedere testi italiani a periodici in altre lingue. Tradizionalmente i libri tecnici italiani sono tradotti in spagnolo e portoghese. Per esperienza diretta so che gli scritti informatici italiani godono di buona diffusione — sia in lingua originale, sia in traduzione — nella penisola iberica e nell'America Latina. Spesso articoli italiani di informatica vengono tradotti e diffusi in quei paesi. Ma ho la sensazione che tutto avvenga al di fuori di schemi giuridici rigorosamente prefissati.

Per quanto concerne le pubblicazioni in inglese, avviene che l'autore italiano tenda a scrivere direttamente in quella lingua o a pubblicare in essa la versione originale dell'articolo, a causa della diffusione e del prestigio che quella lingua assicura. Il testo italiano viene poi pubblicato in un secondo momento.

4. La traduzione in italiano di articoli americani

La pubblicazione delle traduzioni in italiano di articoli tratti da riviste americane supplisce anche alle carenze del nostro sistema bibliotecario. Data la diffusione della conoscenza dell'inglese tra gli informatici, la traduzione di articoli tratti da riviste famose potrebbe sembrare almeno in parte superfluo. All'atto pratico, però, quelle riviste

risultano disponibili soltanto in poche biblioteche specializzate. Qui si incontrano, poi, i tradizionali problemi delle biblioteche italiane, consistenti anzitutto negli orari troppo ridotti e nelle collezioni spesso incomplete. A quest'ultimo proposito un esempio può bastare.

La celebre « Computing Reviews » è una fondamentale rivista bibliografica in cui ogni titolo di volume o di articolo è accompagnato da un riassunto: in tutta Milano non mi è riuscito di trovare un'unica biblioteca che ne possegga la collezione completa.

Questa funzione di diffusione culturale è però limitata dal fatto che la maggior parte delle riviste presenta gli articoli in italiano senza indicare specificamente da quale rivista straniera sono tratti. Nella migliore delle ipotesi — come si è visto nel primo paragrafo — una nota nel cosiddetto « tamburino » avverte il lettore dell'esistenza di un accordo generale tra la rivista italiana ed una o più riviste straniere; tuttavia il singolo articolo rivela la sua origine soltanto attraverso il nome dell'autore e la sua affigliazione professionale o universitaria. In altri casi, invece, manca anche questa pur minima traccia e il lettore non sa dove possa trovarsi l'originale dell'articolo.

Le traduzioni sono un fondamentale strumento per la circolazione delle idee, tuttavia sarebbe utile che il lettore fosse messo in grado di risalire all'originale.

CAPITOLO SESTO

LA FIERA DELLE VANITA'

Il punto di vista di un informatico cognitivo sulle riviste di informatica pubblicate in Italia

di Giovanni Lariccia

1. Introduzione

Delle riviste di informatica pubblicate in Italia negli ultimi anni, l'aspetto che certamente colpisce di più sia il profano che il tecnico è senz'altro la *quantità*. Un aspetto simile, in apparenza secondario ma tutt'altro che irrilevante, è la *ridondanza* ovvero la presenza di diverse riviste difficilmente distinguibili tra di loro che occupano praticamente gli stessi spazi culturali e di mercato. Quarantacinque riviste censite dallo studio a cui questo contributo si aggiunge sono una quantità enorme per qualunque settore. Lo sono ancora di più per una disciplina, una tecnologia, un settore di mercato così giovani, si vorrebbe dire immaturi, come quelli caratterizzati dall'informatica. Sempre sul piano quantitativo un altro aspetto che colpisce, ancora a livello del tutto superficiale, è la velocità della crescita, al punto che nel descrivere il fenomeno si può tranquillamente parlare di *esplosione*, visto che oltre il settanta per cento delle riviste censite, sempre secondo i dati riportati in questo volume, sarebbero apparse negli ultimi cinque - sei anni.

Al fenomeno della quantità, della ridondanza e dell'esplosione delle riviste di informatica dedicheremo il secondo paragrafo di questo saggio. Per capire meglio il fenomeno delle riviste è tuttavia necessario capire la vera natura e al tempo stesso l'orientamento attuale dell'informatica: ne parleremo nel paragrafo tre, sia pure in termini estremamente semplificati, e mantenendo sempre sullo sfondo il problema delle riviste. Un aspetto più riposto, che colpisce sopratutto gli addetti ai lavori che sono nel settore da più tempo, ma che è stato già colto anche da molti « esterni » è il legame, che qualcuno ha addirittura indicato di tipo *erotico*, tra l'informatica e il potere, ovvero, se si vuole, tra informatica e desiderio di successo. Questo aspetto, che emerge chiaramente dai contenuti, dal linguaggio, dal *layout* ed ancor più dalla pubblicità contenuta nelle riviste di informatica, verrà approfondito nel

quarto paragrafo, che si intitola « La febbre dell'oro ». L'ultimo aspetto che ci sembra opportuno approfondire è di tipo negativo: il mancato incontro tra l'informatica e le altre discipline del sapere, ovvero la profonda ignoranza di quella classe di informatici di ventura che si è formata cavalcando la tigre (di carta) dell'informatica personale.

Naturalmente il discorso si può riproporre in termini costruttivi, anche se non ci sembra opportuno farlo in questo contesto. Si tratterà allora di esplorare nel modo più ampio il rapporto attuale tra informatica e cultura, intesa nel senso più ampio della parola. Di qui, anche riflettendo sulle prospettive concretamente offerte dalla telematica e sulla trasformazione del nostro pianeta in un « villaggio elettronico », si può arrivare ad una proposta di tipo costruttivo che rientra nella tendenza, già esplicitata in diversi contesti, di una accentuazione degli aspetti cognitivi e conviviali dell'informatica rispetto a quelli tecnocratici, consumistici e massificanti.

2. La punta dell'iceberg
(ovvero: le ragioni profonde dell'esplosione delle riviste informatiche)

L'esplosione delle riviste di informatica non è che la punta di un *iceberg* che è stato di volta in volta identificato con i termini di « rivoluzione microelettronica », « informatizzazione della società » o « nascita dell'informatica di consumo ». Gli aspetti quantitativi di questo fenomeno sono estremamente semplici nella loro brutalità e si possono riassumere in un noto paradosso secondo il quale se l'industria automobilistica si fosse sviluppata con la stessa rapidità di quella elettronica una Roll's Royce costerebbe 300.000 lire e farebbe il giro del mondo con un litro di benzina. Negli ultimi vent'anni i costi del calcolo automatico si sono dimezzati ogni due anni. Questo è dovuto all'effetto concomitante dei progressi compiuti dalla

microelettronica nella costruzione dei circuiti ad alta scala di integrazione con lo sviluppo degli algoritmi e dei linguaggi di programmazione. Non solo: ma ci sono fondati motivi per ritenere che questo abbassamento di prezzi continuerà ancora, perché la ricerca avanzata ha già fornito alla tecnologia i principi su cui lavorare per portare ad avanzamenti ancora più spettacolari di quelli a cui abbiamo sinora assistito.

L'abbassamento dei costi e l'aumento della potenza di calcolo sono le basi su cui è nato il movimento dei *personal computer*. Quando il prezzo dei componenti di un *computer* e le tecniche di integrazione hanno consentito a dei dilettanti di costruire in un garage il primo *personal computer* è scoppiata la « febbre dell'oro » informatico. Nel giro di pochi anni sono sorte centinaia di migliaia di piccole aziende che hanno cominciato a costruire calcolatori personali, prima; poi programmi, componenti e finalmente anche i servizi.

L' informatica è così rapidamente diventata un settore di larghissimo consumo, con una capacità di crescita che in certi momenti e in certi settori ha avuto l'effetto di una rivoluzione che nessuno sembrava in grado di controllare. Basterà ricordare, a questo proposito, l'epopea della Apple Computers, una azienda nata in un garage che nel giro di dieci anni ha raggiunto i seimila miliardi di fatturato, con dei *record* di incremento del fatturato che in un anno hanno superato il 600%.

La rivoluzione microelettronica e la nascita dell'informatica di consumo hanno dato una accelerazione notevolissima alla riorganizzazione del lavoro nel settore terziario: al punto che gli uffici di tutti i tipi cominciano a riempirsi di *personal computers* che svolgono diverse funzioni che prima erano distribuite tra macchine eterogenee, come la macchina da scrivere, la calcolatrice da tavolo, il centralino telefonico, la fotocopiatrice e il telex. Oggi ci sono programmi che consentono allo stesso *personal computer*, cambiando soltanto il *software* applica-

tivo, di funzionare di volta in volta come macchina da scrivere, calcolatrice, centralino telefonico, fotocopiatrice e telex. Ci avviamo quindi, attraverso il *software*, ad una moltiplicazione delle funzioni e, al tempo stesso, ad una semplificazione delle strutture.

Che, poi, è in fondo lo stesso processo che ha portato l'uomo, nel corso dell'evoluzione biologica, a prendere il sopravvento sugli animali: laddove infatti gli animali hanno specializzato il loro corpo per adattarsi all'ambiente, sviluppando pellicce, corazze, artigli, e così via, l'uomo ha risolto il problema « despecializzandosi » e ricorrendo ad una serie di strumenti esterni, come i vestiti, le armi di difesa e quelle di offesa, e via dicendo.

Le diverse funzioni delle riviste in uno scenario di crescita esplosiva

In questo scenario di crescita esplosiva, straordinariamente legato al cambiamento e all'innovazione continua, dove la disponibilità di un nuovo prodotto *hardware* o *software*, o la capacità di intuire la direzione in cui si sarebbero mosse le industrie *leader* del settore diventava di per sé un valore economico, le riviste hanno assolto diverse funzioni importanti, a volte sostituendo enti o associazioni latitanti sugli stessi problemi. Passiamole, sia pure rapidamente, in rassegna.

(a). Orientamento

La prima, fondamentale, funzione delle riviste informatiche è stata quella di *orientamento* generale dei propri lettori, soprattutto nella « giungla » degli *home* e dei *personal computers*. La maggior parte delle riviste di informatica offre, infatti, una panoramica aggiornata sia delle innovazioni tecnologiche che delle esperienze innovative e degli accordi commerciali che consentono ai membri del « movimento » di mantenersi aggiornati e di prevedere l' andamento del mercato. Questa panoramica si materializ-

za, alla fine, in articoli che recensiscono i nuovi prodotti, sia *hardware* che *software*, generalmente affidati a redattori specializzati, ma talvolta anche a consulenti esterni; e in un catalogo continuamente aggiornato dei modelli e dei rispettivi prezzi.

(b). Iniziazione

La seconda funzione è stata certamente quella di *iniziazione*. Vecchi e nuovi esperti attraverso le riviste hanno cercato di ergersi a vati « iniziando » i nuovi adepti al gergo, alle problematiche ed alle regole collegate all'espansione dei *personal computers*.

Queste due funzioni sono molto ragionevoli: in un settore, come quello dell'informatica, dominato dall'incessante abbassamento dei prezzi si può superficialmente ritenere che se una certa applicazione del *computer* non è attuale oggi, lo sarà certamente tra due o quattro anni. Le riviste di informatica hanno così avuto il compito di preparare il mercato a delle innovazioni che spesso nascevano in ambienti artigianali prima di tradursi in vere e proprie imprese. Così i medici, gli avvocati, i dentisti, i meccanici, ma anche i tassisti, i droghieri, i militari, e persino le cooperative di parcheggiatori hanno probabilmente cercato nell'informatica, negli ultimi due anni, la soluzione ai propri problemi e, tanto per cominciare, hanno comprato una rivista per cercare di afferrare il linguaggio in cui tali soluzioni venivano proposte.

(c). Punto di riferimento

La terza funzione è stata quella di servire da *punto di riferimento* per i lettori: una funzione simile, in certi casi, a quella delle agenzie di cuori solitari che si trova su riviste di genere assai diverso. Attraverso questa funzione, tanto per scendere nel concreto, coloro che hanno comprato una macchina scomparsa « prematuramente » dal mercato, come il popolarissimo Texas Instruments TI 99/4, si sono potuti ritrovare in un « angolo » delle principali

riviste e continuano a ricercarsi nelle rubriche OFFRESI e CERCASI per scambiarsi i programmi e gli accessori.

Nelle stesse rubriche fisse l'esperto della macchina tal dei tali affronta alcuni degli innumerevoli problemi legati all'uso *hobbystico* approfondito della macchina e del suo corredo di programmi di base. Molte delle persone che hanno investito i loro quattrini in un acquisto sbagliato si sono consolate attraverso questa forma di *hobbismo* esasperato. E le riviste hanno in questo modo più volte evitato che il fenomeno del pentitismo assumesse aspetti allarmanti per i produttori, pur senza assumere esplicitamente la difesa dei gruppi di consumatori delusi.

(d). Divulgazione

Un'altra funzione importante assolta, sia pure in forma generalmente insoddisfacente, dalle riviste è stata la divulgazione. Molte riviste hanno pubblicato brevi corsi sui linguaggi di programmazione o diverse serie di articoli riassuntivi sulle basi dati, sulle telecomunicazioni. Diversi servizi sull'intelligenza artificiale sono apparsi, a volte sotto forma di intervista, a volte sotto forma di *tutorial* a cura di uno dei redattori che si specializza sull'argomento.

La caratteristica di queste rubriche è generalmente quella di non offrire mai una riflessione abbastanza matura sull'argomento: come l'editoria informatica, anche le riviste soffrono di un costante sottodimensionamento rispetto agli impegni che si assumono che si riflette nella frettolosità dell'esposizione.

(e). Prima formazione

Un'altra funzione, diversa sia dalla divulgazione che dalla iniziazione, è quella di offrire una prima formazione: funzione generalmente assolta in modo superficiale, con diverse eccezioni. Che comunque sommata alle altre funzioni giustifica ampiamente il prezzo di alcune riviste rispetto al valore assai più limitato dei libri che ad un prezzo di poco superiore intendono assolvere lo stesso scopo.

(f). Analisi critica dei fenomeni

Le riviste più autorevoli (Zerouno, Media Duemila, Informatica Oggi) comprendono generalmente delle rubriche firmate con un'analisi critica dei fenomeni ed un tentativo di effettuare previsioni di mercato. Questo tipo di rubrica ha anche avuto il merito di formare un piccolo manipolo di firme estremamente qualificate che non hanno più nulla da invidiare alle testate americane (nonostante l'enorme dislivello di tiratura imposto dalla lingua). In questo senso si possono citare gli editoriali di Sergio Mello Grand su « Informatica Oggi » e quelli di Gualtiero Rudella su « Zerouno », assieme alle vivaci polemiche di Paolo Nuti su « MC Microcomputer ». Bisogna tuttavia dire che purtroppo gli editoriali sono, assai più spesso, degli spazi per abusare della fiducia dei lettori ai quali si propinano chiacchiere senza senso.

Prime conclusioni

Sulle funzioni svolte dalle riviste di informatica occorre ribadire il concetto che la maggior parte sono funzioni « vicarie », ovvero svolte in maniera necessariamente incompleta. La divulgazione di qualità medio - bassa, ad esempio, si giustifica soltanto per la mancanza di iniziative pubbliche di ampio respiro come quelle, memorabili, assolte dalla Bbc in Gran Bretagna, dal Centro Mondiale per l'informatica a Parigi o da alcune fondazioni e musei della scienza negli Stati Uniti. Spesso le stesse fondazioni che mettono in piedi iniziative permanenti di *general education* sono le più qualificate ad assolvere una funzione di alta divulgazione di cultura informatica.

Un compito di questo genere potrebbe essere assolto in Italia da istituzioni come l'Istituto dell'Enciclopedia Italiana o dal Formez (che non a caso ha già realizzato un corso di cultura generale con diverse unità sull'informatica che forse rischiano di non vedere mai la luce per questioni interne all'istituto).

3. Il pianeta invisibile
(ovvero: da dove viene e dove va l'informatica)

Una delle più grosse contraddizioni interne relative all'esplosione delle riviste informatiche è legata al fatto che l'informatica, come tutti hanno percepito e come hanno più volte enunciato personaggi di indubbia autorevolezza, ha aperto una nuova epoca: l'epoca della parola elettrica, secondo una felice espressione dovuta a Mauro Laeng, che succede all'epoca della parola scritta (Laeng, 84).

Sulla stessa linea di pensiero, del resto il premio Nobel per l'economia Herbert A. Simon, uno dei padri fondatori della punta più avanzata dell'informatica, l'intelligenza artificiale, ha più volte sottolineato che il *computer* non è l'« evento del secolo », ma l'« evento di molti secoli »: tanto che si può tranquillamente affermare che dopo Gutenberg non si era mai più avuta una « rivoluzione culturale » di simili proporzioni nella storia dell'uomo (Simon, 73,81).

Se si considera la quantità enorme e continuamente crescente di informazioni che vengono mantenute soltanto su archivi magnetici e consultate soltanto attraverso terminale, queste affermazioni non appaiono sproporzionate.

Se a questo fatto si aggiunge la nascita e la crescente diffusione delle riviste in linea, che non vengono mai stampate, e la diffusione dei primi sistemi di « teleconferenze » basate unicamente su calcolatore, vere e proprie « riunioni » di tipo telematico che avvengono attraverso lo scambio di messaggi scritti che rompono l'unità di tempo e di luogo dei partecipanti, ci si rende conto che l'esplosione delle riviste di informatica, sia dal punto di vista tecnologico che da quello culturale, non ha molto senso.

La tendenza a selezionare le informazioni alla fonte

Al sociologo Daniel Bell (Bell, 79) dobbiamo la riflessione sul pericolo insito nella esplosione delle informazio-

ni e delle conoscenze: la produzione di 6.000 articoli al giorno, nel solo settore della ricerca scientifica è già mostruosamente al di sopra della capacità di qualsiasi individuo di mantenersi aggiornato nel suo settore specifico.

Mentre intere comunità scientifiche internazionali cercano di selezionare alla fonte l'esplosione delle conoscenze, ricorrendo alle riviste elettroniche anche per filtrare l'effimero e il provvisorio, l'informatica di massa sembra voler illudere i suoi seguaci dell'importanza di conoscere tutti i dettagli di tutti i nuovi prodotti di un settore che è anch'esso esplosivo. Nel paragrafo seguente cercheremo di capire alcuni dei motivi profondi di questa « mistificazione ».

Qui ci limitiamo a considerare alcuni fenomeni aberranti in parte già toccati da altri autori in questo stesso saggio. Il primo di questi fenomeni è la compravendita di articoli di seconda o terza mano: nel migliore dei casi può accadere che una rivista italiana si rivenda in un altro paese, dopo sei mesi un articolo « di attualità » messo insieme violando nel modo più sconcio il diritto di un autore di scrivere ciò che appare con la sua firma. E magari manipolando insieme dei pezzi tratti da diversi articoli, cosa che del resto in misura meno accentuata si può verificare anche nell'edizione originale[1].

Ma la situazione è certamente assai peggiore nel caso dei programmi: sempre speculando sul fatto che le informazioni circolano prevalentemente in una sola direzione (dai paesi più avanzati a quelli meno avanzati) e che un controllo sistematico di queste violazioni è difficile e in fondo non molto produttivo, ci sono testimoni che affermano di aver ritrovato, quasi immutati, interi programmi trasportati da riviste americane a riviste italiane, spesso senza la minima verifica del loro funzionamento. Non a caso la maggior parte delle riviste che pubblicano listati di programmi hanno attivato un secondo mercato, assai più remunerativo: quello degli stessi programmi copiati su cassetta o su dischetto, questa volta, magari, depurati

degli « errori di stampa » che rendono il programma stampato assolutamente incapace di funzionare.

L'altra faccia del « pianeta informatica »

Ma l'aspetto di gran lunga più importante della questione è legato alla natura stessa del « pianeta informatica »: che come suggerisce il titolo di questo paragrafo è un pianeta ancora praticamente sconosciuto, largamente invisibile ai più. Cerchiamo di esplorarlo per grandi linee per arrivare, alla fine di questo paragrafo, a scoprire la faccia nascosta del pianeta: l'intelligenza umana che si nasconde nella macchina.

L'informatica è un settore in fortissima espansione in tutto il mondo che grazie alla quantità ed alla varietà delle sue applicazioni sta per diventare, se non è già diventato, il settore commerciale trainante della nostra società, la società postindustriale dell'informazione e dell'automazione. Fino alla fine degli anni Sessanta l'informatica non era che un settore di studi avanzati che aveva trovato una serie di applicazioni di enorme interesse pratico nel campo della ricerca, della automazione e della gestione aziendale. Le industrie che producevano *computers* erano poche e potenti, e le aziende che potevano permettersi di usare un *computer* erano solo le grandi aziende: al loro interno l'informatica era controllata da alcuni guru e da un ristretto numero di supertecnici.

Nel corso degli anni Settanta si assiste a due successive ondate di diversificazione dei sistemi per cui l'informatica entra nelle piccole aziende, prima e poi addirittura nelle case private. Il mercato si espande e l'aspetto che prevale dell'informatica è quello industriale: l'informatica viene vista come un settore che produce: *hardware* (sistemi composti da circuiti elettronici e dispositivi periferici) e *software* (programmi che fanno funzionare l'*hardware*).

Così ad un esterno l'informatica può oggi apparire coin-

cidente con l'insieme delle industrie che producono, distribuiscono, vendono prodotti e servizi informatici, così come avviene per il settore dell'automobile o dell'energia. Ma questa è, in realtà, soltanto la faccia visibile del pianeta informatica: e se si vogliono capire le ragioni dell'esplosione delle riviste di informatica occorre partire da un'osservazione di fondo e portare almeno due correzioni a questa prospettiva.

L'abbassamento costante dei prezzi

Non si può capire la natura dell'informatica se non si cerca una spiegazione ad un fenomeno che si è verificato con regolarità negli ultimi vent'anni e che gli esperti prevedono continuerà a verificarsi per almeno altri venti: ci riferiamo al costante abbassamento dei prezzi. Una legge empirica dice che ogni due anni i *computers* raddoppiano di potenza a parità di prezzo, ovvero dimezzano di prezzo a parita di potenza. Semplificando al massimo, ritengo che di questo fenomeno si debbano dare due spiegazioni, le quali convergono nella spiegazione del fenomeno più nascosto che è quello del pianeta invisibile o alternativo in cui si muove l'informatica.

La prima, più semplice, spiegazione si può cercare rifacendosi alla miniaturizzazione crescente dei circuiti, la quale, a sua volta ha una spiegazione nel fatto che il disegno dei circuiti viene ormai fatto con il *computer*. Si può ancora segnalare che le più potenti fabbriche di *computers* sono state automatizzate in larghissima misura. E si può aggiungere il fatto che anche il *software* industriale viene ormai creato o quantomeno collaudato ricorrendo a strumenti logici potentissimi incorporati in programmi che funzionano su dei *supercomputers*.

Ma la seconda, più convincente, spiegazione sta nel fatto che l'industria informatica investe capitali incredibili nella ricerca e nello sviluppo. Non si tratta soltanto di produrre nuovi circuiti: spesso l'investimento informatico

prende le strade più lunghe e temerarie dell'esplorazione della mente umana o della ricerca matematica di base. Questo investimento ha generalmente prodotto risultati assai significativi: l'intelligenza che viene racchiusa nei circuiti porta a ritorni estremamente vantaggiosi, che vengono amplificati dalla costruzione e diffusione di programmi sempre più sofisticati per un certo tipo di macchine.

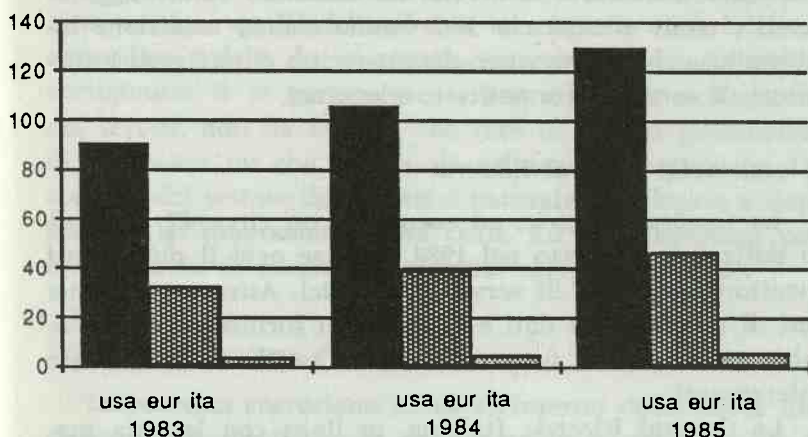
Si può quindi affermare che l'industria informatica è in realtà la moderna industria dell'intelligenza umana: che per la prima volta attraverso il *software* è stata trapiantata in una macchina in una forma « eseguibile », capace di fruttare all'interno di impianti e di applicazioni lontanissime dall'ambiente in cui hanno operato gli scienziati ed i tecnici che hanno realizzato il « trapianto ».

Informatica e servizi

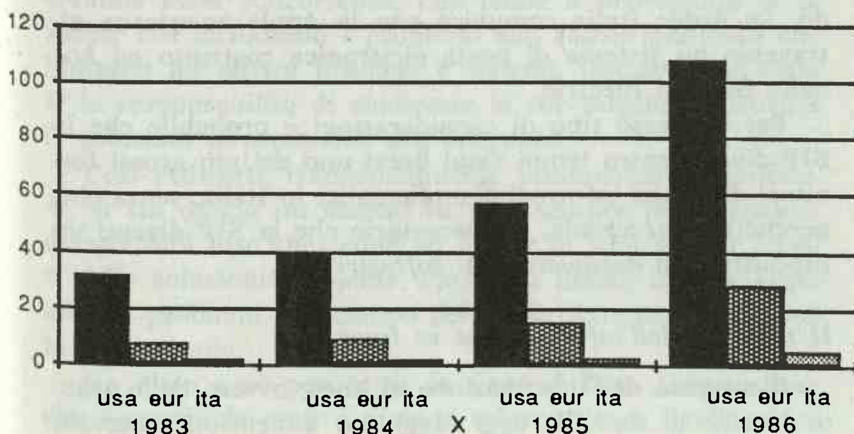
La conseguenza più rilevante di questo trapianto industriale dell'intelligenza umana nelle macchine sta nel fatto che l'informatica ha dato un impulso incredibile all'evoluzione del settore dei servizi. Trascuriamo, per abbreviare le nostre considerazioni, i servizi che, grazie all'apporto strumentale dell'informatica, si sono radicalmente traformati e quindi notevolmente espansi.

L'informatica offre oggi servizi di enorme valore aggiunto al mondo della conoscenza: le banche dati, oggi più di tremila nel mondo, si avviano a diventare una risorsa conoscitiva di incredibile potenza, accessibile da qualunque parte del globo in una frazione di secondo. L'editoria, in tutte le sue fasi, è trasformata dall'informatica: e la stessa esplosione delle riviste e delle pubblicazioni informatiche ne é un segnale.

In sintesi: se l'industria informatica ha raggiunto nel 1985 un fatturato complessivo di 130 miliardi di dollari negli USA, di 46.3 miliardi in Europa e di 5.4 in Italia come si vede dal grafico che segue,



l'industria dei servizi informatici è in espansione ancora più rapida, ed ha raggiunto nel 1985 le cifre formidabili indicate in quest'altro grafico:



Ci sono diverse società di informatica che hanno da tempo smesso di produrre *computers* e che si sono specializzate nell'offerta di servizi ad altissimo valore aggiunto. E ci sono società che non hanno alcuna tradizione informatica, che stanno per diventare tra i più grossi fornitori di servizi informatici e telematici.

Il caso della General Electric

La General Electric, ad esempio, con circa 27 miliardi di dollari di fatturato nel 1984, è forse oggi il più grosso fornitore mondiale di servizi telematici. Attraverso le sue reti di trasmissione dati è in grado di fornire servizi di elaborazione dati in tutto il mondo a tariffe estremamente interessanti.

La General Electric Italiana, in linea con la casa madre, offre ai 1.200 concessionari della FIAT sparsi in tutta Italia una sua rete telematica che possiede ben 26 nodi di accesso distribuiti su tutta la penisola. La rete fisica è integrata da una notevole varietà di programmi assai sofisticati ed estremamente affidabili. L'utente vi può accedere con un terminale stupido o con un *personal computer* e « non si rende conto » di dove sia fisicamente « nascosta » la potenza di calcolo. La stessa rete della General Electric mantiene in contatto tutte le filiali Apple del mondo. La Apple Italia comunica con la Apple americana attraverso un sistema di posta elettronica costruito *ad hoc* dalla General Electric.

Per lo stesso tipo di considerazioni è probabile che la SIP diventi entro tempi assai brevi uno dei più grossi fornitori di servizi informatici e telematici in Italia, senza che, perché questo accada, sia necessario che la SIP diventi un produttore di *hardware* o di *software*.

Il mercato dell'informazione in linea

Il mercato dell'informazione in linea, ovvero delle grandi banche di dati, ha oggi raggiunto dimensioni notevoli,

dell'ordine delle decine di miliardi di dollari. Anche questo mercato, che parlando in termini rigorosi si colloca ai margini del mercato dell'informatica (avvicinandosi per certi versi a quelli dell'editoria, o a quello della ricerca scientifica e della documentazione tecnica) cresce in modo vertiginoso. E se certamente si può collocare nell'ambito dei servizi, non ha nulla a che fare né con la produzione di *hardware* né con quella di *software* commerciale. La crescita del settore dei servizi è naturalmente legata a doppio filo all'abbassamento dei costi. Ed è la premessa per la conquista di mercati applicativi sempre più vasti.

La verticalizzazione del mercato

La seconda correzione nasce all'interno delle stesse imprese di informatica, che recentemente parlano con insistenza di verticalizzazione del mercato. Con questo termine si intende l'attenzione sempre crescente ai problemi del consumatore, ai quali si cerca di dare una soluzione completa e « chiavi in mano », attraverso un insieme di servizi che si integrano tra di loro.

E' l'informatica teorica, quella che scaturisce dalla matematica, che si prende, in un certo senso, la sua rivincita. Ed è lo stesso mercato, attraverso il meccanismo inesorabile della concorrenza, che tende a privilegiare le aziende che affrontano i problemi alla radice piuttosto che limitarsi ad offrire prodotti e sistemi, lasciando all'utente la responsabilità di analizzare le sue esigenze e trovare le soluzioni informatiche più adeguate.

Così l'Olivetti, tradizionalmente produttrice di *hardware*, si sta dando un assetto di tipo sempre più verticale: questo vuol dire che tende ad offrire ai suoi grandi clienti delle soluzioni complete, chiavi in mano, in una certa area di problemi, dal campo dell'*Office Automation* a quello della scuola.

Un altro caso per tutti: la Control Data Corporation, che è ancora la quarta azienda informatica a livello mon-

diale, si è da tempo specializzata nel settore *education*. Questa specializzazione (e conseguente differenziazione) l'ha portata ad acquistare delle scuole sperimentali in Germania: l'interesse che la guida è quello di scoprire nuove forme di comunicazione didattica, nuovi modi di apprendere e di insegnare in cui il *computer* e l'informatica possono assumere ruoli nuovissimi e inusuali.

E' interessante che a questo tipo di approccio si inseriscono facilmente grosse società che operano in altri settori e che, attraverso l'esperienza diretta, hanno affrontato e risolto alcuni problemi di frontiera. Tra i casi notevoli possiamo citare quello della Schlumberger, una società petrolifera che dopo aver sperimentato con successo alcune tecniche di intelligenza artificiale per i propri scopi ha deciso di investire massicciamente in questo settore. Ovvero la Fiat che entra nel settore della robotica o in quello della telematica, sempre in conseguenza di esperienze positivamente concluse al suo interno.

La questione del software

Arriviamo finalmente alla questione del *software*, la faccia invisibile del pianeta informatica: per capire la contraddizione di termini tra informatica ed esplosione della carta patinata non possiamo non affrontare la questione della natura del *software* ed accennare alla portata di questo nuovo tipo di prodotto culturale che è destinato, come dice Simon, a rivoluzionare il sistema delle comunicazioni sul nostro pianeta.

Ad un primo livello il *software* si può definire come « una successione di istruzioni interpretabili da un *computer* che serve a fargli eseguire una prestazione ben definita », ovvero una collezione opportunamente strutturata e articolata di programmi per l'elaborazione di dati di tipo digitale. Ma questo, a un profano, non dice ancora molto.

La prima osservazione da fare è che la distinzione tra

dati e programmi è molto evanescente e forse legata ad un modello di *computer* (quello di Von Neuman) che non è il più generale possibile e che verrà probabilmente superato, anche a livello commerciale, da macchine che integrano tra di loro dati, informazioni, conoscenze, procedure e strategie. Già in diversi dei programmi più moderni le istruzioni si mescolano con i dati. Si hanno così *tabelloni elettronici* che contengono formule e modelli; oppure linguaggi di programmazione, come il PROLOG, che accettano come programmi *insieme di enunciati* espressi nella forma tipica del calcolo dei predicati del primo ordine.

Ma è ancora più importante sottolineare che, ad un livello più profondo, il *software* rappresenta ad un tempo sia una forma, la più complessa, di *intelligenza materializzata* che un *sistema di informazioni attive di tipo digitale.* Non a caso i francesi usano per il *software* il termine assai più espressivo di *logiciél*[2]. Così si cominciano a diffondere anche in Italia tabelloni elettronici per risolvere problemi tributari o fiscali: ed ogni tabellone rappresenta uno strumento di tipo generale per risolvere tutti i problemi di una certa classe, né più né meno come fino ad ora facevano i programmi scritti nei diversi linguaggi di programmazione. Ma il tabellone elettronico è finalmente un programma scritto in un linguaggio estremamente semplice e funzionale al settore in cui viene utilizzato.

Il software d'autore e quello di consumo

Non si può capire l'attuale massiccia diffusione di cassette e dischetti nelle edicole dei giornali e nelle librerie se non ci si rende conto che il *software* rappresenta un nuovo mezzo di comunicazione dalle possibilità spettacolari e ancora in larghissima parte sconosciute. Un corso di musica che presenta dei minuetti casuali in stile barocco per una macchina ad altissima diffusione come il Commodore 64 rappresenta un mezzo nuovo di penetrare nel mondo della musica. Un programma che pronuncia le pa-

role che voi battete sulla tastiera (che peraltro potrebbero essere anche trasmesse per *telesoftware*) o che rappresenta la forma della bocca che pronuncia tali parole è uno strumento dalle potenzialità incredibili per la rieducazione dei non vedenti o dei non udenti. Ma può addirittura essere considerato come un modo alternativo di ampliare un servizio come televideo per non udenti.

Così un programma per il Macintosh che consente, attraverso l'animazione, di presentare la corsa di un cavallo o le fasi del motore a scoppio. O un programma per Apple II che simula il funzionamento di una centrale nucleare. Sono esempi che rendono oggi accessibili fenomeni inaccessibili sino all'altro ieri.

Queste osservazioni ci permettono di concludere che le riviste informatiche in realtà nascondono più di quanto non rivelino il pianeta invisibile, il *software* appunto. Salvo rare eccezioni, il *software* che appare nelle riviste di informatica non è *software* di qualità ed è documentato in maniera approssimativa. Molto spesso è pirateggiato, è con ciò completamente snaturato: come se uno vendesse le copie di una cassetta registrata in un concerto.

Ma è anche importante sapere che c'è un *software* di consumo ed un *software* di qualità che si può anche chiamare *software* d'autore. Ed è importante rendersi conto che la produzione del *software* d'autore si avvicina in modo impressionante alla produzione intellettuale più tradizionale. Un programma d'autore, dal punto di vista dei meccanismi e delle strategie di produzione, ha molti aspetti in comune con un poema, con un teorema di matematica, con un romanzo o con un saggio di economia.

L'informatica e le riviste di informatica: un primo bilancio

Ci sembra che le considerazioni fatte nei paragrafi precedenti sulla natura dell'informatica e sulle sue tendenze attuali, assieme agli altri contributi raccolti in questa

ricerca, possano consentire di fare un primo bilancio sul rapporto tra l'informatica e le riviste di informatica. Si può dire così che nell'informatica prevalgono oggi le seguenti tendenze:

* espansione costante e sostenuta sia sul piano industriale che su quello della ricerca di base e applicativa caratterizzata dalla interdisciplinarità e dalla integrazione con tutte le scienze e le tecnologie tradizionali (dalla medicina all'automobile, alla chimica, etc.);
* aumento costante della qualità dei prodotti, grazie alle metodologie di produzione che privilegiano l'accumulazione del *know - how*;
* specializzazione progressiva delle aziende e dei prodotti;
* verticalizzazione del mercato che tende a fornire sempre più spesso prodotti integrati che risolvono tutti i problemi dell'utente piuttosto che singoli componenti;
* esaltazione della multimedialità nella comunicazione e nella scelta dei supporti (dalle reti ai satelliti, dal videodisco al cinema elettronico);
* centralità della questione del *software*.

Le riviste di informatica, per converso:

* si espandono prevalentemente ai livelli culturali più bassi;
* sono generalmente assai poco interdisciplinari;
* non sono in grado di « educare » il lettore inesperto né di informare l'esperto in modo realmente intelligente; in sintesi non affrontano i problemi ma se li inventano per accostarli alle soluzioni prefabbricate;
* trascurano l'evoluzione e la specializzazione progressiva delle aziende e soprattutto dei servizi informatici, concentrate come sono sul *boom* dei *personal computers* e sull'informatica di massa;
* ignorano completamente la verticalizzazione del mercato;
* trascurano la multimedialità nella comunicazione e nel-

la scelta dei supporti (dalle reti ai satelliti, dal videodisco al cinema elettronico);

* forniscono un'idea distorta e riduttiva della questione del *software*.

In conclusione si può affermare che le riviste di informatica, nel loro complesso e fatte salve le debite eccezioni, offrono ai loro lettori una visione estremamente parziale ed assai distorta dell'evoluzione e della stessa natura dell'informatica. Che rimane, come abbiamo detto, un pianeta ancora in larga misura invisibile ai più, con grosse conseguenze negative per l'evoluzione armonica della nostra società.

4. La febbre dell'oro
(ovvero: il rapporto « quasi erotico » tra un personal computer e il suo padrone)

L'informatica è legata al potere in vari modi: in relazione al tema di questo saggio quello che ci interessa è soprattutto il legame tra informatica e potere personale. Ma non possiamo trascurare, in un primo approccio, la distribuzione del « potere » delle aziende di informatica e l'evoluzione di questo potere.

La rivoluzione mancata e la concentrazione progressiva del potere informatico

Verso la fine degli anni Settanta gli Stati Uniti hanno vissuto la sfida della Apple Computers all'IBM come si racconta che gli ebrei abbiano vissuto la sfida del giovane Davide al gigante Golia. La Apple, naturalmente, era soltanto la società più rappresentativa di una galassia di alcune centinaia di società che, sorte dal nulla, avevano cominciato a produrre *personal computer* in garage e si erano ritrovate quotate a Wall Street. Se si vuole fare un altro paragone, si può pensare alla conquista del *West*:

mai in un altro periodo della storia americana la fortuna sembrava aver premiato gli audaci e i superdotati[3].

Ma anche la rivoluzione dei micro, come tutti l'hanno percepita, è fallita per dare luogo, con poche eccezioni, alla « restaurazione » delle grandi aziende di informatica. E il « potere informatico » si sta concentrando sempre di più nelle mani delle prime dieci-venti società del mondo. E' quindi assai probabile che la notevole varietà di modelli e di marche finirà con l'assottigliarsi sempre di più. Con notevole vantaggio, per un verso, per i consumatori e per le società che erogano servizi.

Ma accanto alla progressiva riduzione ed al conseguente rafforzamento delle società *leader* del mercato, sia a livello nazionale che multinazionale, si può ribadire il principio già citato secondo cui l'universo informatico si espande continuamente e conquista territori sempre più ampi. Il fenomeno a cui assistiamo si può così caratterizzare:

* una azienda cerca di assumere un consistente vantaggio di *know how* sulle altre in un settore estremamente ristretto e, naturalmente, di punta, giovandosi di una *joint venture* con altre aziende o di « capitale di ventura »;
* quando il prodotto è maturo viene lanciato sul mercato. E' bene notare che più che la promozione, a questo punto è importante la capacità della società costruttrice di dimostrare o far provare il proprio prodotto. E' bene, inoltre, sottolineare che nella costruzione del prodotto la cura della *confezione complessiva* ed il disegno di un'*interfaccia semplice ed amichevole* hanno assunto negli ultimi tempi un valore sempre più consistente;
* dopo un anno o due non è difficile, per qualunque azienda concorrente, ricavare dei cloni o delle repliche, se il prodotto ha avuto successo;
* a questo punto, sopratutto se il prodotto apre nuovi potenziali orizzonti, come nel caso del disco laser, di cui parleremo più avanti, è necessario guadagnare una *leadership* incontrastata nel settore; questo può essere rea-

lizzato mediante accordi con altre società (di solito appartenenti ai settori confinanti) per definire uno *standard.*

In ogni caso il *periodo di emergenza* di un prodotto, ovvero il periodo in cui il prodotto può mantenere una supremazia sugli eventuali concorrenti dovuta al semplice vantaggio di *know how*, non è mai superiore ai tre-cinque anni.

La « monocultura » ossessiva del personal computer che traspare dalle riviste di informatica

L'informatica di massa, in Italia, ha una data di nascita: il primo gennaio 1983 la rivista americana « Time » dedicava la copertina di « personaggio dell'anno » al *personal computer.* Da quel giorno qualunque informatico che fosse in grado di leggere e scrivere è stato perseguitato dai giornalisti di tutte le testate e di tutte le rubriche radio televisive. E da quel momento sono esplose le riviste di informatica.

Ma se nessuno può negare che il *Personal Computer* rappresenti l'emblema di una Informatica Trionfante, l'insistenza sul *personal* è il segno di una monocultura ossessiva e maniacale. Per fare un paragone, è come quando, dopo i mondiali di Spagna, tutto lo sport italiano sembrava ridotto al gioco del pallone: che come il *personal computer* ha la capacità di trasformarsi per molti in un mito, simbolo di successo, potere e gloria.

E', invece, vero esattamente il contrario: ciò che risulta generalmente vincente nell'informatica moderna è l'impresa o il progetto culturale e non il prodotto. Anche perché il successo di un'impresa o di un progetto culturale va spesso molto al di là dei singoli prodotti. Citiamo o riprendiamo alcuni casi:

* la Hewlett Packard è diventata una delle prime aziende nel mondo partendo dalla capacità di integrare con i

suoi *computers* strumento e apparecchiatura di misura e di controllo del tipo più svariato;

* la Control Data Corporation è una delle principali aziende informatiche a livello mondiale che si è specializzata nell'*education*; in questo modo riuscendo a garantirsi una *leadership* di fatto in un settore assai delicato, come quello della formazione degli adulti e della formazione industriale;
* la stessa Olivetti, che molto del suo recente successo deve ai sistemi di videoscrittura, cerca sempre di offrire attraverso la pubblicità un'immagine di azienda capace di risolvere problemi, piuttosto che di vendere prodotti; e con questo spirito sta preparandosi ad affrontare il mercato europeo della scuola.

In ciascuno di questi casi sembra che l'impegno e la ricerca di successo delle grandi società di informatica sia più legato alla soluzione di una certa classe di problemi e all'apertura di nuovi territori piuttosto che ad un *personal computer*. Anche la storia più recente dimostra che qualunque prodotto di successo può essere facilmente imitato e venduto alla metà del costo dalle aziende dei paesi dell'estremo oriente, dove i costi della manodopera richiesta per questo tipo di assemblaggi sono sino a dieci volte inferiori che in occidente. Mentre appare sempre più difficile che nei « territori » che si aprono in seguito alla soluzione di una certa classe di problemi ci sia, almeno per un certo periodo, un grande affollamento di concorrenti.

Il fatto che l'informatica tenda a verticalizzarsi, aprendo sempre nuovi mercati, e a procedere per progetti, o se si vuole per problemi, dovrebbe far riflettere molto sul significato di una grande quantità di riviste generiche o di tipo *hobbystico*.

Ci sembra pertanto necessario sottolineare lo sfruttamento del mito collettivo del successo e dell'immagine del potere personale associato al *personal computer* su cui han-

no prosperato la maggior parte delle riviste di informatica sorte come funghi in questi ultimi anni. Uno sfruttamento che assomiglia molto, come abbiamo già detto, a quello che la stampa sportiva ha fatto della vittoria italiana ai campionati del mondo 1982; ovvero allo sfruttamento della bellezza e dell'immagine della donna in altri tipi di riviste.

Il ruolo strategico del personal computer

I *personal computers* hanno realmente rappresentato un punto di svolta nella cosiddetta informatizzazione della società: ed hanno accentuato la diversificazione e la penetrazione delle società di informatica nel tessuto connettivo della nazione.

La crescita continua del mercato dei *personal* non può più essere considerata un fenomeno effimero o transitorio, ma va messa in relazione con l'espansione della informatica nella società, che a sua volta è legata ad una profonda ristrutturazione delle imprese e a cambiamenti profondi nell'organizzazione del lavoro. Anche qui, mentre rinviamo a documenti più specializzati chi volesse un grado maggiore di dettaglio, non possiamo evitare di fare alcune considerazioni fondamentali per il nostro discorso. I *personal computers* si possono oggi suddividere in due classi ben distinte: gli *home computers* e i *personal computers* professionali.

Questo schema rappresenta il punto di arrivo di una evoluzione del mercato iniziata attorno al 1975 e che ha visto diverse « rivoluzioni » e « terremoti »[1].

L'irresistibile ascesa e l'inesorabile declino dell'home

Gli *home computers*, sono i *computers* da usare congiuntamente con il televisore, il registratore ed il telefono. Sono oggi in lento declino in tutto il mondo e, con un certo ritardo, anche in Italia. Rappresentano ancora, tuttavia, la quota più consistente dell'installato: a fine 1985,

in Italia, si stima che fossero presenti circa 1.250.000 *home computers*, con una larghissima prevalenza del Commodore 64 (che da solo possiede una quota del parco installato dell'ordine del 70 - 80%). Gli *home computers* hanno rappresentato il massimo dell'illusione collettiva: e non soltanto per i consumatori, se è vero che diverse aziende (tra cui alcune estremamente qualificate nel settore elettronico, come la Texas Instruments) hanno investito e perso in pochi anni centinaia di miliardi di lire.

La spiegazione del crollo dell'*home computer* « prima maniera » va probabilmente cercata nella guerra dei prezzi scatenata da alcune aziende per conquistare le fette più grosse del mercato, assieme alla scarsissima esperienza del mercato del *software* in cui hanno finito per affermarsi non le più quotate società americane, ma i professionisti del mercato nero che hanno « pescato » manodopera qualificata a bassissimo costo sopratutto nei paesi dell'Europa orientale.

Conviene comunque ricordare che l'esplosione del mercato dell'*home computer* a cui abbiamo assistito nel 1984 in Italia è senz'altro tra le cause principali dell'esplosione delle riviste di tipo generico e introduttivo di informatica. Assai peggiori, del resto, sono state le conseguenze di questa esplosione sul mercato del *software*, che ne è risultato sconvolto. La maggior parte del *software* circolante su queste macchine comprate nella maggior parte da persone inesperte, in gran fretta e cercando di puntare sopratutto al massimo sconto, è risultato *software* rubato alla fonte o durante il percorso distributivo. Così che non si è potuta creare, attorno a queste macchine, una vera rete commerciale né delle imprese culturali capaci di durare negli anni, come invece è accaduto in Gran Bretagna con la Bbc o negli Usa con l'Apple.

E non è inutile sottolineare che tra le vittime di questo *boom* ci sono le stesse case costruttrici: che nonostante l'effimero vantaggio non sono riuscite ad evitare di terminare in forte perdita l'anno fiscale successivo (1985).

I personal computers e il mercato professionale

Il fenomeno più importante degli ultimi anni è tuttavia l'affermazione del *personal computer* come strumento di produttività personale, sia tra gli individui (scrittori e professionisti) che nelle grandi aziende. I prodotti di punta sul mercato attuale sono quelli che rientrano nel cosiddetto standard Ms Dos e i *computers* della Apple, con il vecchio Apple II in lento declino ed il nuovo Macintosh in forte ascesa.

I *personal computers* sono andati crescendo di importanza in maniera più graduale ma assai più sicura degli *home computers*. Sopratutto appare chiaro che la loro espansione è risultata strettamente collegata all'espansione del *software* applicativo ed alla capacità delle aziende di informatica di risolvere problemi effettivi assieme alla fornitura della macchina.

In questo modo diverse grosse aziende e numerose categorie di professionisti hanno permesso la nascita di un tessuto connettivo di esperti capaci di formare rapidamente le persone sino al raggiungimento di un livello minimo di produttività personale. Queste persone hanno rappresentato il miglior veicolo dell'innovazione all'interno dei loro posti di lavoro.

A volte questa penetrazione dei *personal computers* è avvenuta in maniera ancora più razionale, in seguito a degli studi di fattibilità per l'automazione di alcuni uffici strategici all'interno di aziende molto significative, come la Fiat Auto, l'Eni, l'Alitalia, etc.

L'innovazione è stata così generalmente « pilotata » da esperti relativamente indipendenti dai fornitori e non ha prodotto vistosi fenomeni di rigetto o perturbazioni impreviste. Il mercato si è così consolidato, raggiungendo le trecentomila unità alla fine del 1985, e la gente oggi ha fiducia nello strumento perché sa di poter contare sull'amico che ce l'ha fatta o sullo studente universitario che

per mantenersi agli studi è diventato consulente a prezzi tutto sommato abbastanza ragionevoli.

A questo proposito è singolare il fatto che molte delle riviste più « popolari » di informatica hanno dovuto cominciare ad occuparsi seriamente dei *personal* perché erano gli stessi lettori a chiederlo.

Il potere che deriva dall'aver « domato » un personal computer

Lasciamo da parte il potere associato all'informatica ufficiale per passare a considerare il potere di chi ha acquistato e « domato » un *home* o un *personal computer*, E' la sete di questo potere, infatti, che ha causato la nascita e l'esplosione della galassia di riviste di cui ci stiamo occupando, riviste che, come abbiamo più volte sottolineato, si rivolgono in gran parte più alle centinaia di migliaia di neofiti e neo convertiti che alle poche decine di migliaia di professionisti tecnici di professione.

Il potere di comandare ad una macchina ha sempre esercitato un fascino sottile: da quando la macchina è programmabile questo fascino è certamente cresciuto a dismisura. Nelle immagini della pubblicità che compare nelle riviste di informatica di massa questo fascino viene sempre associato alla donna. La macchina e la donna sono strettamente associate nell'immagine del dominio da parte dell'uomo. La donna può essere subdolamente accostata alla macchina per rafforzare l'associazione di idee, ovvero definitivamente incatenata ad essa, in quanto segretaria. Ci si illude persino che la macchina abbia dei tratti umani: la macchina « risponde », la si « interroga », « fa le bizze », ma purtroppo, alla fine, ha sempre ragione.

Il proprio potere sulla macchina aumenta naturalmente con la configurazione che si possiede: anche per i calcolatori si parla di « potenza », come nelle espressioni « potenza di calcolo », « potere espressivo », « capacità di memoria », e via dicendo.

Ma la macchina è anche uno strumento per esprimere la propria superiorità sugli altri esseri mortali: chi sa dominare la macchina e penetrarne i misteri viene considerato un gradino più su degli altri, anche se questo potere non si materializza in un vantaggio di tipo economico o professionale. « Impara il Basic: possiederai il futuro », recitava ogni mattina alla radio la pubblicità di una enciclopedia a fascicoli.

Si sono così fatalmente creati dei ghetti, dei circoli viziosi, delle nicchie ecologiche di persone che, assieme alle loro macchine, sono riuscite ad esprimere un desiderio di potere non altrimenti raggiungibile. La competenza di questi esperti, veri maniaci, a volte è mostruosa: la loro capacità di comunicare con i comuni mortali è del tutto esaurita nello sforzo di comunicare in modo pseudoumano con la macchina. L'età, il ceto sociale, il livello culturale, l'elemento scatenante di questi « mostri » (socialmente parlando) è la più disparata, anche se è nell'universo giovanile che si trovano sovente i casi più incredibili e, al tempo stesso, penosi.

Ho conosciuto negli Stati Uniti un ragazzino di dieci anni che per soddisfare il bisogno di sfoggiare la sua competenza si era « venduto » ad un *computer shop* nel quale intratteneva i clienti, informandoli sulle possibilità delle macchine esposte senza chiedere nulla in cambio. Casi del genere li ho conosciuti anche in Italia, di età poco superiore: ragazzi che non avendo la possibilità di comprare un *computer* hanno frequentato ossessivamente un negozio o una fiera per raggiungere l'abilità necessaria a farsi « comprare » dai negozianti o dagli espositori per un tozzo di pane.

Non è difficile citare esempi anche più eclatanti: come quelli di figli con tendenza alla fuga recuperati al focolare domestico attraverso il dono di un *computer* al quale si sono poi morbosamente attaccati. E' successo nelle migliori famiglie e ne sono nati dei superesperti.

Ma la sfida prometeica alla divinità della macchina è

un rito attraverso il quale tutti devono, in qualche modo, passare. La testimonianza diretta di un intellettuale non più giovanissimo che lotta disperatamente con la macchina e teme che questa possa sopraffarlo, ma alla fine vince, la doma, e passa da una macchina all'altra con la facilità di un adolescente. Professori universitari che si giocano le vacanze per dominare lo strumento la cui padronanza, una volta che diventa di dominio pubblico servirà a sbalordire i colleghi, i discepoli e gli ascoltatori. Ricercatori anziani che complottano con le società di informatica per farsi « donare » un *computer* in cambio di una fugace apparizione in una trasmissione di successo. Personaggi affermati, presentatori, industriali, direttori di orchestra, sarti alla moda, che confessano sulle riviste informatiche « di elité » (quanto meno sul piano dei costi e della carta patinata) le loro relazioni segrete con il *personal computer.*

Tutti questi sono segni di una ricerca del potere che nulla a che vedere con la capacità, la competenza, la professionalità, ma che è legata al *personal computer* visto come *status symbol.*

Flavio Manieri suggerisce un'interpretazione psicanalitica di questo fenomeno: il rapporto tra l'uomo ed il *computer* è un rapporto di tipo erotico. Non so riportare in dettaglio le sue argomentazioni, ma istintivamente sono anch'io persuaso che sia proprio così.

Alcune conclusioni di tipo quantitativo

Da quanto abbiamo visto in questo paragrafo emergono alcuni fatti salienti. L'esplosione delle riviste di informatica in Italia si può spiegare perfettamente con l'esplosione dell'*home computer*, in particolare con il picco dei 400.000 sistemi venduti nel 1984. Il mercato dell'*home* si è rivelato estremamente incerto, tuttavia, anche e soprattutto per una politica di vendita basata più sulla guerra per la con-

quista degli spazi di mercato che sull'interesse del consumatore finale.

Dopo le perdite notevoli dell'*home* nel 1985 (in cui la società *leader* ha perso il 35% del fatturato negli Usa e quasi il 20% in Italia) l'atteggiamento delle stesse riviste si è fatto assai più prudente e molte di esse hanno dato assai maggiore attenzione ai fenomeni più lenti ma più radicali della informatizzazione in profondità delle grandi aziende e delle professioni. Attorno al *personal computer* si è così cominciato a creare, al di là dell'*hobby* e del tempo libero, un tessuto di competenze ed una buona riserva di esperienze vissute che hanno cominciato a modificare anche il tono delle riviste più qualificate.

5. E' possibile una « informatica conviviale »?
(ovvero: come salvare l'umanità dall'inquinamento informatico)

Non è detto in alcun modo che l'esplosione dell'informatica di massa alla quale abbiamo assistito negli ultimi anni sia un fenomeno di per sé positivo. Personalmente sono convinto del contrario: e cercherò di portare alcune delle ragioni che stanno sotto alla mia perplessità. Credo che gli argomenti che seguono non possano che essere intesi come un primissimo contributo ad una ricerca rivolta alla definizione di un tipo di informatica personale capace di « convivere » con l'uomo rispettandone i valori. Informatica che da qualcuno è stata, in modo molto espressivo ed appropriato, chiamata « conviviale ».

Mi dispiace di dover concludere questo saggio in modo prevalentemente negativo: questo non significa che io creda che l'informatica conviviale non esiste o non può esistere. Al contrario, ci credo fermamente e conosco tantissime persone che condividono questa mia convinzione. Ma dovendo rimanere nell'ambito di un saggio sulle riviste di informatica non credo di potere concludere diversamente: salvo rinviare quei tre o quattro lettori interessa-

ti ad una nuova rivista che si chiama « La Tartaruga » e che tratta di informatica e didattica per la scuola dell'obbligo. Al comitato scientifico della rivista, finché avrà vita, hanno aderito non soltanto diversi informatici molto qualificati, ma anche un pedagogista (Mauro Laeng), un sociologo (Sabino S. Acquaviva) ed un antropologo cognitivo (M. Squillacciotti).

La torre di Babele

L'informatica si propone come un linguaggio unificante, capace di assorbire in sé i diversi linguaggi della scienza, dell'arte, dell'umanesimo. Se questo è vero dell'informatica vista come progetto culturale o come disciplina scientifica, sul piano assai più materiale delle macchine oggi disponibili in commercio il caos regna sovrano. L'informatica personale, tutto sommato, è assai più dura e meno idilliaca di come la si dipinge. Non se ne può più fare a meno, tutto sommato: come non si può fare a meno della medicina, o di tanti aspetti ad essa collegati una volta che questi sono stati « scoperti ».

Un mio amico, vicepresidente di una delle prime dieci società multinazionali del mondo, esprime bene questo concetto con un paragone che sa di cinico. Non c'è nulla di urgente (o di necessario): l'urgenza (o la necessità) nasce dal confronto tra i problemi e le soluzioni possibili.

Così fino al secolo scorso un'appendicite non aveva altro sbocco che la morte: oggi si può operare e l'operazione viene vista come urgente o indispensabile. S'intende: è urgente o indispensabile perché si conosce il rimedio.

Il ragionamento assume tutta un'altra intensità se si parte dal concetto, profondamente umanistico, che l'uomo è tale perché è capace di risolvere nuovi problemi, oltre che di utilizzare le soluzioni già collaudate per i problemi noti.

Così oggi l'informatica di massa o di consumo può cominciare ad essere vista come un modo, una soluzione

un po' trita a dei problemi che, fortunatamente, cambiano ogni giorno. Qualcosa di simile alla partenza per le ferie in automobile il primo giorno di agosto o come la gita di pasquetta o ai cartoni animati giapponesi per i bambini: si sa bene che costituiscono il rimedio a un certo tipo di problemi, ma in fondo, come un'operazione di appendicite in un ospedale fatiscente, possono essere delle soluzioni peggiori del male.

In realtà anche l'informatica di massa offre delle soluzioni soltanto a colui che ha bene individuato il problema. Ovvero a chi è capace di risolvere i problemi piuttosto che di comprare soluzioni per problemi che non sono i suoi.

Creatività e multimedialità

L'informatica personale, vista come uno spazio per la creatività personale, può tuttavia aprire degli orizzonti sconfinati a chi sa penetrarvi. Quello che un artista, professionista o dilettante, può fare con strumenti di tipo informatico - creativo è straordinariamente ampio, ed è nuovo ed antico al tempo stesso.

Quello che un ragazzo può ricavare da un linguaggio di programmazione di alto livello e di tipo piagettiano come il Logo è assolutamente incredibile ed inimmaginabile. Ma lo stesso linguaggio, consumato nella solitudine di un pomeriggio in casa senza amici diventa squallido: e devo confessare di essermene reso conto in un momento terribilmente delicato, quando Enrica Bonaccorti, conduttrice di Italia Sera, dopo avermi intervistato come esperto, volle giustamente sentire anche la testimonianza di alcuni allievi della Scuola Media Buonarroti di Roma, in cui avevo condotto un progetto: ragazzi che i genitori, orgogliosissimi, avevano voluto « portare alla televisione ».

Ma l'informatica creativa, di tipo grafico o musicale, è un'esperienza da vivere, piuttosto che da raccontare: anche nella sua componente di spettacolo, *performance*, av-

venimento. Mal si adatta alla carta stampata. Le riviste, invece, offrono, spesso cinicamente, degli strumenti di tortura agli ingenui lettori che vanno alla ricerca disperata di questi spazi: per esempio riportando, con poche illustrazioni, interminabili listati di programmi stampati su carta che vengono poi rivenduti a un prezzo dieci volte più alto, copiati su cassetta o su dischetto magnetico.

L'esplorazione di questi spazi può appena cominciare dalle riviste. Le quali creano una domanda di *software* di qualità, anche se di tipo amatoriale, che non possono poi realmente soddisfare. Soluzioni più adeguate sembrano scaturire dalla telematica. Ma questo è veramente un altro pianeta, che merita una ricerca a sé.

La multidisciplinarità inespressa

L'informatica a livello mondiale è stata salutata come un'occasione storica di riunificazione metodologica e culturale. I ricercatori nelle scienze umane, in particolare, hanno attinto a larghe mani dai paradigmi culturali e dai modelli offerti dalla ricerca informatica avanzata per creare nuove teorie all'interno delle vecchie discipline. Oggi esiste così una linguistica computazionale che riunisce linguisti e informatici; una scienza cognitiva, che oltre agli psicologi e agli informatici interessa anche gli antropologi e i neurologi; e tanti altri settori di studio che sono stati così profondamente influenzati dall'interazione con l'informatica da avere spesso cambiato addirittura nome per distinguere il « nuovo corso » dal modo di fare ricerca prima dell'avvento dell'informatica.

Tutto questo è stato vissuto anche in Italia da manipoli di persone brave e capaci di notevole coinvolgimento. Ma per la solita questione della scarsa *audience* catturata dalla nostra lingua non si è mai tradotto in pubblicistica di una certa tiratura. Ma va anche considerata colpevole di omissione la stampa periodica che ignora queste correnti culturali anche molto quotate a livello inter-

nazionale per trattare soprattutto questioni inerenti alla tecnologia ed al mercato dell'informatica.

Conclusioni

Riassumo, integrandole tra di loro, una serie di conclusioni già accennate nel corso dell'articolo. Le riviste di informatica hanno svolto un ruolo certamente importantissimo ma forse transitorio, un ruolo di « sostituzione » nei confronti di una serie di enti ed istituzioni pubbliche e private che sono state, e a volte sono ancora latitanti.

Il punto di vista adottato dalla maggior parte delle riviste è in apparenza quello di difesa del consumatore: ma tale difesa è stata svolta da una serie di persone troppo impegnate in questo ruolo per occuparsi dell'evoluzione, sopratutto culturale, dell'informatica, non solo in Italia, ma anche e sopratutto nel resto del mondo.

Il fenomeno del *personal computer*, che anche in Italia ha consentito la nascita dell'informatica di massa, ha inoltre monopolizzato in maniera quasi ossessiva il dibattito ed ha finito con il nascondere la verticalizzazione del mercato informatico e l'espansione dei servizi informatici, oltre alle problematiche più interessanti sia sul piano della ricerca teorica che di quella applicata allo sviluppo.

Non è mai penetrata abbastanza sulle riviste la vera anima dell'informatica, che è una disciplina centrata sulla soluzione di problemi reali a partire da una rappresentazione simbolica che viene realizzata attraverso linguaggi spesso definiti o raffinati assieme ai problemi. La maggior parte delle riviste trasuda piuttosto di soluzioni già pronte ed offre poco spazio allo studio dei casi, ai meccanismi attraverso i quali si propaga l'innovazione, alle metodololie ed alle stesse questioni di costume.

Ci sembra che questo scollamento tra l'evoluzione dell'informatica e quella delle riviste di informatica non possa che tradursi, come in parte è già accaduto, in una for-

te instabilità del settore, che vede le testate nascere, morire e ristrutturarsi in continuazione. Di conseguenza sono pochi i professionisti che riescono ad emergere in questo settore e l'osmosi con i centri di ricerca e sviluppo risulta piuttosto limitata. Gli informatici di professione non possono quindi fare a meno di far riferimento alle grandi riviste internazionali, per mantenersi realmente aggiornati: mentre lasciano ai nuovi venuti, ai non informatici la frequentazione ed il consumo della *fiera delle vanità* offerta dalle riviste italiane.

E' probabile che la nuova generazione di riviste di informatica non sarà più monopolizzata da questa strana generazione di « informatici di ventura », ma vedrà un coinvolgimento molto più massiccio di specialisti dei diversi settori (giuristi, scienziati, medici, giornalisti, artisti) a cui l'informatica si sta applicando con successo. O, come dicono gli americani, dei superutenti diventati specialisti.

6. Bibliografia

Nella bibliografia che segue riportiamo una serie di titoli utili per la comprensione delle principali affermazioni contenute nel saggio. Attraverso questi titoli è possibile inquadrare l'evoluzione della culturua informatica negli ultimi dieci - quindici anni e notare la distanza tra questa cultura e quella assai più riduttiva che appare sulle riviste di informatica. Alcuni titoli riguardano in particolare alcuni temi più specifici ma assai qualificanti, come l'informatica e le professioni del futuro, l'informatica e l'educazione, e la questione dell'intelligenza artificiale.

Andrea Aparo, *Guida alle professioni del futuro*, Allegato al n. 27, 1984 della rivista « Europeo »

Daniel Bell, *The Social framework of the Information Society*, Sta in [Forester,81]

G. Bremond, *La revolution informatique*, « *Dictionnaire Thematique* », Parigi: Hatier, 1982

Nicola Cacace, *Professioni e mestieri del 2000*, Milano: Franco Angeli, 1983

Marco COLOMBETTI, *Le idee dell'intelligenza artificiale. Un' introduzione e una panoramica aggiornata delle applicazioni*, Mondadori, 1985

Michael L. DERTOUZOS, Joel MOSES (a cura di), *The Computer Age: a twenty-year view*, Massachusetts: The MIT Press, 1979

E' uno dei saggi più autorevoli mai pubblicati sulla questione della cultura informatica e dei suoi rapporti con la società. Contiene saggi di autorevoli sociologi, economisti, informatici, tra i quali è bene citare il premio Nobel H. A. Simon e l'epistemologo Seymour Papert, l'economista Daniel Bell ed alcuni dei più importanti protagonisti della rivoluzione microelettronica (Robert N. Noyce), della nascita dell'informatica (Alan J. Perlis) e dell'intelligenza artificiale (Joel Moses, Marvin L. Minsky e Terry Winograd).

Edward FEIGENBAUM, Pamela Mc CORDUCK, *La quinta generazione*, Sperling e Kupfer Editori, 1985

Tom FORESTER (edited by), *The Microelectronics Revolution*, Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 1981

Albert GLOWINSKI, *Telecomunicazioni. Obiettivo 2000*, Sarin, Marsilio Editore, 1982

Douglas R. HOFSTADTER, *Gödel, Escher, Bach: un'Eterna Ghirlanda Brillante*, Milano: Adelphi, 1984 (ed. or. New York: Basic Books, 1979)

Eric HOYLE, *Computers and education: a solution in search of a problem?*, Sta in [Megarry, Walker, Nisbet, Hoyle, 83], pag. 55

Hiroshi INOSE, John R. PIERCE, *Technologia dell'informazione e nuova cultura*, Rapporto al Club di Roma, Biblioteca della EST, Milano: Mondadori, 1983

Mauro LAENG, *L'educazione nella civiltà tecnologica: Un bilancio preventivo e consuntivo*, Roma: Armando Armando, (2a ed.) 1984

Giovanni LARICCIA, *Le radici dell'informatica*, Firenze: Sansoni Editore, 1981

Giovanni LARICCIA, *Imparare a imparare*, Rimini: Maggioli, 1986

Giovanni LARICCIA, Jacquetta MEGARRY, *Education and new information technologies*, Paris: OECD, 1984

Robert W. LAWLER, *Computer experience and cognitive development: a child's learning in a computer culture*, Ellis Horwood Limited, 1985

Tommaso LAZZARI, *Telematica e basi di dati nei servizi bibliotecari*, Roma: NIS, La Nuova Italia Scientifica, 1985

Tommaso LAZZARI, Fabrizio RICCI, *Introduzione ai sistemi esperti*, Roma: NIS, La Nuova Italia Scientifica, 1985

Bruno LEFEVRE, *Immaginare l'avvenire*, Sarin, Marsilio Editori, 1983

Alan M. LESGOLD, Frederick REIF, *Computers in Education: realizing the potential*, Report of a Research Conference, ASERI (Office of the Assistant Secretary for Educational Research and Improvement of the USA), 1983

Peter H. LINDSAY, Donald A. NORMAN, *L'uomo come elaboratore di informazioni. Introduzione cognitivista alla psicologia*, Firenze: Giunti Barbera, 1983

Fabio MAGRINO, *I mestieri dell'informatica. Nuovi ruoli e professioni del mondo edp*, Milano: Mondadori, 1984

John NAISBITT, *Mega trends. Le dieci nuove tendenze che trasformeranno la nostra vita*, Sperling e Kupfer Editori, 1984

R. S. NICKERSON, *Teaching thinking*, Educational Technology, January 1981, Harvard: Harvard University, 1980

Simon NORA, Alain MINC, *Convivere con il calcolatore*, Milano: Bompiani, 1979

Tim O'SHEA, John SELF, *Learning and teaching with computers: Artificial Intelligence in Education*, Brighton, Sussex: The Harvester Press, 1983

Raij REDDY, *Technologies For Learning*, Sta in [Lesgold, Reif, 83]

Fausto SERVELLO, *Che cos'è la telematica. Le nuove tecnologie della società dell'informazione*, Milano: Edizioni Elettroniche Mondadori, 1984

Herbert A. SIMON, *Le Scienze dell'Artificiale*, Milano: ISEDI, 1973 (ed. originale 1969)

Herbert A. SIMON, *The computer Age*, Sta in [Lesgold, Reif, 83]

Sherry TURKLE, *Il secondo io*, Frassinelli, 1985

Joseph WEIZENBAUM, *Computer Power and Human Reason. From Judgement to Calculation*, San Francisco: W. E. Freeman, 1976

Terry WINOGRAD, *Toward Convivial Computing*, sta in [Moses, Dertouzos, 79]

Note:

[1] In base a questa specie di « mercato nero delle firme », il sottoscritto si è trovato « tradotto » in una rivista spagnola che aveva acquistato e rimesso insieme diversi « pezzi » di articoli da lui scritti su una rivista italiana che al tempo andava per la maggiore. Non ho avuto occasione di andare a fondo su questo episodio: ma una delle cose che mi colpì della rivista spagnola fu la « strana » parentela con un mix di due o tre riviste italiane. Persino il comitato scientifico comprendeva diversi prestigiosi nomi di informatici taliani: e qui mi fermo perché a suo tempo non ho avuto la possibilità di verificare come realmente stessero le cose!

[2] Il Prof. Gianni Degli Antoni, direttore dell'Istituto di Cibernetica dell'Università di Milano ha invero cercato, senza molto successo, di introdurre nell'uso il termine equivalente di *logicale*.

[3] Non è necessario, a questo proposito, fare molti nomi: basta citare il caso di Bill Gates, che ha fondato la Microsoft a soli vent'anni, ed oggi, a dieci anni di distanza possiede la più grossa società di *software* per *microcomputers* a livello mondiale, che ha fatturato circa duecento miliardi di lire nel 1985.

[4] Ci limitiamo a citare tra i terremoti: l'uscita dal mercato dell'*home* della Texas Instruments per un clamoroso errore di previsione commerciale, dopo che aveva venduto ben 2.000.000 di *home*; il ridimensionamento e il cambiamento dei luoghi e dei modi di produzione dell'Atari Corporation; l'entrata sul mercato dell'IBM che nel solo primo anno ha venduto un milione di *personal computers*.

Appendice

Herbert A. Simon, Le Scienze dell'artificiale, Milano [illegible] Ed. 1973 [illegible] 1969.
Herbert A. Simon, [illegible]
Sherry Turkle, Il secondo io, Frassinelli, 1985.
Joseph Weizenbaum, Computer Power and Human Reason. From Judgment to Calculation, San Francisco, W. H. Freeman, 1976.
Terry Winograd, [illegible]

Note

[illegible]

IL CAMPIONE, LA GRIGLIA E LE PROCEDURE DI RILEVAZIONE

L'indagine ha interessato 45 riviste di informatica[1] presenti sul mercato italiano nel periodo compreso tra gennaio e ottobre 1985. Sono state selezionate solo le riviste in cui lo spazio destinato all'informatica fosse prevalente o non inferiore a quello di altri temi[2]. Non sono state comprese, quindi, le riviste scientifico-culturali (come « Personal Time », di A. Curcio Editore; « Futura », della Peruzzo Periodici, ecc.) e quelle di elettronica varia (come « Elettronica domani », « Ediesse »; « Onda Quadra »; « Editor », ecc.), che pure dedicano un certo spazio all'informatica. Ciò avrebbe portato non solo ad estendere indefinitamente il campione di analisi, ma anche a predisporre una griglia di rilevazione troppo analitica. Il campo dei periodici « aperti » all'informatica potrebbe costituire, tuttavia, oggetto di interesse in una seconda fase della indagine.

Di ogni testata si sono analizzati i numeri di gennaio, marzo e giugno/luglio (per un totale di 132 copie) e si è utilizzato il numero di settembre/ottobre come campione di controllo: abbiamo così potuto osservare la struttura della rivista nell'arco completo delle variazioni stagionali[3].

Ogni copia è stata analizzata servendosi di una griglia di rilevazione strutturata in due parti principali, a loro volta complesse e articolate. La prima tende a rilevare la *struttura editoriale* della singola copia o testata, quali i *dati di identificazione*[4], l'*immagine di copertina*, la struttura dell'*indice*, la presenza di *generi e rubriche*, il rapporto *testo/immagini*. In quest'ultimo caso, si è rilevata la percentuale, sul totale delle pagine[5], di pubblicità di prodotti informatici e non, di foto e illustrazioni di tipo prevalentemente esornativo, e di tabelle, grafici e figure che completano le informazioni contenute nel testo.

La seconda parte è incentrata sui *contenuti* degli arti-

coli o degli altri generi[6] presenti in ogni copia oggetto d'analisi. Questa parte comprende diverse sezioni strutturate in categorie e subcategorie tematiche. Osserviamole più da vicino.

Innanzitutto, si è cercato di cogliere l'interesse delle riviste sia verso la diffusione e le prospettive di sviluppo dell'informatica (*stato dell'arte e previsioni*), sia riguardo la « *produzione* e il *mercato hardware* e *software* ». La « produzione » comprende, in questo caso, *prove e descrizioni* di prodotti *hardware* disponibili sul mercato e articoli di impostazione più generale sulla *produzione software* (le prove e descrizioni di prodotti *software* sono nella sezione immediatamente successiva); in « Mercato » troviamo, invece, commenti sull'andamento del mercato e previsioni di tendenza su basi empiriche.

Segue un'apposita sezione sulla formazione all'uso del *computer* e sulle sue applicazioni pratiche (*formazione e programmi*). La parte sui *linguaggi e sistemi operativi* comprende articoli e carattere prevalentemente formativo o di commento su un particolare linguaggio o sistema operativo; mentre in *formazione aggiornamento* possiamo trovare articoli di formazione o brevi istruzioni per l'uso del *computer*, presentazione di *routines*, sottoprogrammi e programmi di supporto (utili per il funzionamento di altri programmi).

Dagli strumenti, i trucchi e gli accorgimenti vari della o per la programmazione, si passa alle applicazioni vere e proprie[7]. Si tratta di articoli di presentazione di *packages*, di diversa impostazione e livello per le varie categorie di riviste (dalla presentazione in forma critica del prodotto alla semplice descrizione e alle istruzioni per l'uso, fino alla mera presentazione del listato del programma). In ogni caso, si è cercato di coprire la gamma delle applicazioni più diffuse, da quelle professionali alle ricreative.

Non più a programmi, ma a veri e propri articoli di informazione e commento ci si riferisce, invece, nella se-

zione denominata *applicazioni*[8]. In questa parte si è voluto individuare quali sono — nei vari rami dell'attività economica, nella ricerca scientifica e culturale e nell'attività professionale — le aree maggiormente interessate dalla diffusione dell'informatica e che costituiscono oggetto di attenzione nelle varie riviste.

In questa stessa ottica, inoltre, si sono rilevati i rapporti tra *informatica e lavoro* e le tendenze di sviluppo nei diversi settori della *intelligenza artificiale* e della *telematica.*

Infine, abbiamo raccolto in *altro* tutti quei testi, presenti nelle riviste non esclusivamente dedicate all'informatica, che esulano dai tempi di nostro interesse.

Vediamo ora come si è proceduto nell'applicazione di questa parte della griglia. Per ogni categoria o subcategoria di contenuto si è rilevato il numero di testi — per la precisione, ne sono stati analizzati complessivamente 2.199 — presenti nelle singole copie e in ciascuna testata[9], indicando per ognuno di essi anche l'ambito territoriale di pertinenza (Italia, Europa, Usa e Giappone). Nel caso in cui tale riferimento non fosse chiaro, oppure si trattasse di articoli di carattere teorico o di panoramiche su vari paesi, si è fatto uso della modalità « Generale ».

Per ogni testo si è scelto il contenuto prevalente e, soprattutto nel caso di particolari sovrapposizioni, si sono tenuti presenti anche l'impostazione e le finalità più evidenti. Prendiamo il caso, ad esempio, di una determinata azienda che opera nel settore: si può presentare di essa un profilo completo delle attività e strategie promozionali (e, in questo caso, si rileverebbe come *stato dell'arte e previsioni, profili di aziende*), ma se ne può anche parlare solo o soprattutto dal punto di vista della attività di ricerca che promuove (ancora *stato dell'arte*, ma nella subcategoria *attività di ricerca*) o della sua posizione sul mercato (si passerebbe così alla subcategoria *società*, compresa in *mercato*). E' dunque evidente che le varie subcategorie comprese in una data categoria di contenu-

to, e a volte le stesse categorie, non sempre o non necessariamente si escludono l'un l'altra: ciò che si rileva, è opportuno ripeterlo ancora una volta, è sempre il contenuto prevalente del testo. Nei casi in cui tale scelta avrebbe potuto comportare eccessive forzature, invece, si è preferito ricorrere alla subcategoria *articoli pluritematici*.

Come si è potuto vedere, la scheda di rilevazione è piuttosto analitica, anche se non è stato possibile — né avrebbe potuto esserlo in questa fase di carattere soprattutto esplorativo — rilevare quantitativamente altri aspetti molto importanti. Ci riferiamo, in particolare: 1) al rapporto tra contenuti e generi giornalistici; 2) ai contenuti delle rubriche, di cui si rileva solo la presenza/assenza; 3) ai contenuti di testi non riguardanti l'informatica (che vanno in *altro*); 4) alle differenze di impostazione e livello che possono caratterizzare, in riviste diverse, medesimi contenuti. Tuttavia, si è cercato in parte di colmare tali « assenze » con la stesura di una scheda di osservazione qualitativa, di libera impostazione, a completamento del lavoro di rilevazione condotto su ogni testata.

I risultati quantitativi, unitamente a tali osservazioni, hanno, poi, costituito la base di informazioni necessaria per la messa a punto delle « Schede Analitiche » delle riviste.

Note:

[1] Per l'elenco delle riviste da analizzare, oltre alle ricognizioni in edicola, si sono consultati i numeri di febbraio-marzo e di agosto-settembre 1985 di « Dati e Tariffe pubblicitarie ». Inoltre, va segnalato che nel campione, non essendo stato possibile reperire in tempo utile le copie che ci occorrevano, non è compreso il bimestrale « Futura ». La rivista, edita a Milano da Go Creative Group, è diffusa solo per abbonamento.

[2] Unica eccezione è costituita da « Il diritto dell'informazione e dell'informatica », di cui il 72.4% dei testi rientra nella categoria « Altro ». Va però precisato che la rivista si pone dichiaratamente l'obiettivo di indagare sugli aspetti giuridico-legislativi della informazione e dell'informatica e che, in effetti, i contenuti sono distribuiti tra materiale giurisprudenziale e articoli sui problemi della informazione e della informatica.

[3] Fanno eccezione le testate di nuova apparizione in questo periodo e alcuni trimestrali o quadrimestrali, di cui si sono considerati i primi due-tre numeri disponibili. Si tratta, in particolare, dei mensili « Computers & Electronics » (si sono analizzati i numeri di marzo, aprile e giugno) e « Software man » (gennaio, aprile e maggio); del quindicinale « Modem » (il n. 1 del 15 giugno e il n. 2 del 15 luglio); dei trimestrali « Informat » (il n. 2 di gennaio-marzo, il n. 3 di aprile e il n. 4 di giugno) e « Rivista di informatica » (1° e 2° trimestre); e del quadrimestrale « Il diritto dell'informazione e dell'informatica » (1° e 2° quadrimestre).

[4] Alcune informazioni sui dati di identificazione sono state riprese da « Dati e Tariffe pubblicitarie » (ci riferiamo, in particolare, ai dati sulla diffusione).

[5] Le proporzioni sono state calcolate basandosi sulla misurazione progressiva dei vari spazi fino a formare una pagina.

[6] Per semplicità di esposizione, si indicheranno con « testi » i vari generi giornalistici eventualmente presenti.

[7] Abbiamo preferito isolare questa parte sui programmi sia perché, nella maggioranza dei casi, non si tratta di veri e propri articoli ma di descrizioni del prodotto, sia perché molto discriminante del livello contenutistico e qualitativo delle riviste.

[8] Ciò non esclude che in questo tipo di testi ci si possa anche riferire, per semplice completezza di informazione e non a scopo di presentazione del prodotto, a particolari programmi.

[9] L'analisi si è basata sulla singola copia, ma in una seconda fase si sono raccolti i dati rilevati per testata.

GRIGLIA DI RILEVAZIONE

A) *STRUTTURA EDITORIALE*

I. DATI DI IDENTIFICAZIONE

— Testata
— Anno di fondazione
— Editore
— Direzione: direttore
vicedirettore
direttore responsabile
direttore editoriale

— Periodicità
— Formato
— Numero medio pagine
— Prezzo: fascicolo
abbonamento

— Indirizzo editore
— Indirizzo redazione

— Struttura redazione: redattori
corrispondenti
collaboratori
fotografi
grafici

— Concessionaria pubblicità

— Inserti

— Materiali accessori (nastri, ecc.)
Dichiarazione editore: tiratura copie vendute

— Diffusione
Certificazione ADS: tiratura copie vendute

— Accordi con riviste straniere

II. IMMAGINE DI COPERTINA

— Astratto: grafica
grafica computerizzata
foto computerizzata

— Concreto: - foto: uomini/donne
animali/paesaggi/natura
ogetti informatici
altri oggetti

- fumetti: uomini/donne
  animali/paesaggi/natura
  oggetti informatici
  altri oggetti
- disegni: uomini/donne
  animali/paesaggi/natura
  oggetti informatici
  altri oggetti
- testo

III. INDICE

— Sintetico
— Con breve sommario per ogni testo
— Con evidenziazione dei settori
— Con riquadro dei testi principali

IV. INDICAZIONE DEGLI AUTORI

— Indice: Sì
No
In parte

— Testi: Sì
No
In parte

V. SOMMARI RIASSUNTIVI DEI SINGOLI TESTI

— Sì
— No
— In parte

VI. GENERI E RUBRICHE

— Eitoriale
— Servizi/articoli
— Storie/saggi
— Interviste
— Commenti
— Inchieste
— Notiziario
— Corrispondenza
— Schede e recensioni: recensioni libri
  schede/segnalazioni libri
  recensioni/schede software
— Calendari di corsi, seminari e convegni
— Segnalazioni di corsi, seminari e convegni
— Cataloghi con prezzi
— Elenchi produttori e concessionari

— Piccoli annunci (compravendita e scambio, clubs, ecc.)
— Glossari
— Errata corrige
— Giochi (enigmistica e altro)
— Altre rubriche

VII. RAPPORTO TESTO/IMMAGINI

VII.1. PUBBLICITA'

— Numero pagine pubblicità	su totale pagine	%
— Num. pp. pubbl. informatica	su totale pagine	%
— Num. pp. pubbl. informatica	su tot. pp. pubbl.	%

VII.2. FOTO, DISEGNI, ILLUSTRAZIONI

— Numero pagine	su totale pagine	%

VII.3. TABELLE, FIGURE, GRAFICI

— Numero pagine	su totale pagine	%

VII.4. TOTALE IMMAGINI

— Numero pagine	su totale pagine	%

B) CONTENUTI

I. STATO DELL'ARTE E PREVISIONI	Numero testi *Ita*	*Eur*	*Usa*	*Giap*	*Gen*
— Storia dell'informatica					
— Diffusione delle tecnol. inform. (livelli di informatizzazione di un paese o una regione)					
— Attività di ricerca (ricerca in un particolare settore e attività di ricerca di un'azienda o paese)					
— Progetti e prospettive di sviluppo (es.: il ruolo di Tecnopolis nello sviluppo delle tecnologie informatiche)					
— Previsioni (società del futuro)					
— Profili di aziende e protagonisti (monografie)					
— Impatto dell'informatica sulla società e sul costume					
— Cultura e immagini dell'informatica (agenzie di socializzazione e diffusione dell'informatica; percezioni sociali dell'informatica, ecc.)					
— Formazione informatica (insegnamento dell'informatica)					
— Crimini informatici (es.: i furti al Bancomat)					
— Diritto dell'informatica (copyright, riproduzione del software, ecc.)					
— Teoria e metodologia dell'informatica (teoria, progettazione di sistemi informativi, metodologie di programmazione)					
— Articoli pluritematici					
— Informatica Altro					

II. PRODUZIONE E MERCATO HARDWARE E SOFTWARE

II.1. PROVE E DESCRIZIONI HARDWARE

— Mainframe
— Personal computer
— Accessori: schede
stampanti
unità di memoria
terminali
apparecchi di telecomunicazione
vari

II.2. PRODUZIONE SOFTWARE

II.3. MERCATO

— Società (di produzione hardware e software)
— Hardware
— Software

II.4. GUIDA ALL'ACOUISTO E ALLA MANUTENZIONE

III. FORMAZIONE E PROGRAMMI

III.1. LINGUAGGI DI PROGRAMMAZIONE E SISTEMI OPERATIVI

III.2. FORMAZIONE E AGGIORNAMENTO

III.3. APPLICAZIONI PROFESSIONALI

— Word processing
— Calcolo e contabilità
— Statistica
— Data base
— Computer grafica
— Simulazioni (rappresent. situaz. reali per addestramento professionale)
— Software integrato (che assolve a diverse funzioni: di data base, word processing, ecc.)
— Altri

III.4. APPLICAZIONI DIDATTICHE

— Insegnamento (programmi per la scuola)
— Autoistruzione (di supporto per l'autoapprendimento)

III.5. APPLICAZIONI DOMESTICHE

— Bilancio
— Nutrizione
— Hobbystica (di uso hobbystico, come disegnare e far musica; o servizi per hobb., come archivi fotografici, ecc.)
— Altri servizi (di utilità personale o per la casa, come il calendario personale, l'agenda automat., ecc.)

III.6. APPLICAZIONI RICREATIVE

— Giochi di abilità (che richiedono prontezza di riflessi)
— Giochi d'avventura (fiction)
— Giochi di logica (di intelligenza tattica)
— Giochi di simulazione
— Altri giochi

IV. APPLICAZIONI

IV.1. ECONOMIA

— Agricoltura e allevamento
— Industria (automazione)
— Edilizia
— Commercio
— Finanza e credito
— Amministrazione pubblica e enti locali
— Amministrazione privata (gestione aziendale)
— Istruzione
— Sanità
— Turismo
— Industria culturale
— Difesa

- — Energia (sfruttamento risorse energetiche)
- — Marketing
- — Trasporti
- — Navigazione
- — Sport e tempo libero

IV.2. SCIENZA E CULTURA

- — Ingegneria
- — Matematica
- — Fisica
- — Medicina
- — Biologia
- — Meteorologia
- — Astronomia
- — Ambiente e territorio
- — Archeologia
- — Arte e musica
- — Letteratura
- — Linguistica
- — Diritto e legislazione
- — Sociologia
- — Psicologia
- — Grafica professionale

IV.3. PROFESSIONI

— Politico
— Manager
— Ingegnere
— Architetto
— Medico/dentista
— Avvocato/notaio
— Commercialista
— Sindacalista
— Insegnante
— Giornalista
— Sociologo
— Psicologo
— Grafico

V. INFORMATICA E LAVORO

— Occupazione nel settore informatico
— Tecnologie informatiche e occupazione in generale
— Organizzazione del lavoro nel settore
— Sindacati e relazioni industriali
— Robotica

— Ergonomia (interazione uomo-macchina)
— Nuove professioni

VI. INTELLIGENZA ARTIFICIALE

— Linguaggi (Prolog e Lisp)
— Sistemi esperti (diagnosi mediche, classificaz. scientifiche, ecc.)

VII. TELEMATICA

— Apparecchi di telecomunicazione
— Reti di informazione telematica

VIII. ALTRO

ELENCO DELLE RIVISTE PER GRUPPO EDITORIALE

1) **Alfa Linea**
(P.zza Cavour 2, 20121 Milano - 02/782661)
- Linea EDP
- Personal Computer Club

2) **G. Caratelli Editore**
(Via Aurelia 430, 00165 Roma - 06/6232936)
- Informat

3) **Castelfranchi Editore**
(Via Dei Lavoratori 124, 20092 Cinisello Balsamo - 02/6172671)
- EG Computer
- Sperimentare con il computer e l'elettronica

4) **Centro Programmazione Pisano**
(Via G. Oberdan 41, 56100 Pisa - 050/43565)
- Software man

5) **Computer Publishing Group**
(Via Rossellini 12, Milano - 02/6889773)
- Computerworld Italia

6) **Edizioni Co.Sta**
(Via Mazzini 128, 56100 Pisa)
- Dossier Commodore

7) **Gruppo Editoriale Crochet**
(Via G. Galilei 6, 20124 Milano - 02/6596321)
- Computers & Electronics

8) **Edizioni Dedalo**
(Editore: Edizioni Dedalo Spa, 70100 Bari - 080/371555; Redazione: Galleria Strasburgo 3, 20122 Milano - 02/790517)
- Agorà 2000

9) **Edicomp**
(Editore: Via dell'Esperanto 71, 00144 Roma - 06/5918895; Redazione: Via F. Stilicone 111, 00175 Roma - 06/7665495)
- List

10) **Edisoft**
(Direzione: Via A. Poli 8, 20124 Milano; Redazione: Via F. Filzi 33, 20125 Milano)
- Modem

11) **Editronica**
(Corso Monforte 39, 20122 Milano - 02/702429)
- Applicando
- Radio Elettronica & Computer

12) **I Mensili dell'Espresso**
(Editore: Via C. del Duca 5, 20122 Milano - 02/790151; Direzione e redazione: Corso di Porta Nuova 13, 20121 Milano - 02/654441)
- Genius

13) **E.S.T.E.**
(Via A. Sauli 3, 20127 Milano - 02/2894580)
- Edp Telematica notizie
- Sistemi e Automazione

14) **A. Giuffrè**
(Viale Sondrio 5, 20124 Milano - 02/652341)
- Il diritto dell'informazione e dell'informatica

15) **Gutenberg 2000**
(Corso M. D'Azeglio 60, 10126 Torino - 011/6504430)
- Media Duemila

16) **Il Crogiolo**
(P.zale Gen. Cantone 12, 20123 Milano - 02/8397283)
- Informatica 70
- L'informatica

17) **Gruppo Editoriale Jackson**
(Via Rossellini 12, 20124 Milano - 02/6880951)
- Bit
- Compus Scuola
- Home Computer
- Informatica oggi
- Personal O
- Personal Software
- Pc World Magazine
- Video Giochi

18) **J. Soft Editrice**
(Viale Restelli 5, 20124 Milano - 02/6888228)
- Supersinc
- Supercommodore
- Paper soft

19) **Maggioli Editore**
(Via Crimea 5, 47037 Rimini - 0541/741002)
- Informatica ed enti locali

20) **Masson Italia**
(Via G. Pascoli 55, 20133 Milano - 02/2367441)
- Rivista di informatica

21) **A. Mondadori Editore**
(20090 Segrate - 02/7542)
- Zero uno

22) **F.lli Pini Editore**
(Via L. Battista Alberti 10, 20149 Milano - 02/317617)
- Data manager

23) **Soiel International**
(Via L. Settala 8, 20124 Milano - 02/2710208)
- Office Automation

24) **Gruppo Editoriale Suono**
(Via Capo Peloro 30, 00141 Roma - 06/897257)
- Micro e Personal Computer

25) **Gruppo Editoriale Systems**
(Viale Famagosta 75, 20142 Milano - 02/8467348)
- Commodore
- Commodore Computer Club
- Computer
- Sinclair Computer

26) **Technimedia**
(Via C. Perrier 9, 00157 Roma - 06/4513931)
- MC Microcomputer

27) **Tecniche Nuove**
(Via Moscova 46/9 A, 20121 Milano - 02/6590351)
- Chip
- Chip Special

RIVISTE DI NUOVA APPARIZIONE
(ultimi mesi del 1985):

1) **P. Deganutti**
(Piazza San Giovanni 3, 34100 Trieste)
- Proxima informatica

2) **Gruppo Editoriale Jackson**
- Medical Computer

3) **J. Soft**
- Super Apple
- Super MSX
- Commodore 16

INDICE ALFABETICO DELLE RIVISTE

INDICE ALFABETICO DELLE RIVISTE

FINITO DI STAMPARE NEL GENNAIO 1987
CON I TIPI DELLE ARTI GRAFICHE PEDANESI
VIA A. FONTANESI, 12 - TEL. 220971 - ROMA

Quaderni della Fondazione Adriano Olivetti

1. Bartezzaghi-Della Rocca, *Impresa, gruppi professionali e sindacato nella progettazione delle tecnologie informatiche.*
2. D'Alimonte, Reischauer, Thompson, Ysander, *Finanza pubblica e processo di bilancio nelle democrazie occidentali.*
3. Ciborra, *Organizzazione del lavoro e progettazione dei sistemi informativi.*
4. AA.VV., *Fabbrica, Comunità, Democrazia. Testimonianze su Adriano Olivetti e il Movimento Comunità.*
5. Della Rocca, *L'innovazione tecnologica e le relazioni industriali in Italia.*
6. Ciborra, *Gli accordi sulle nuove tecnologie. Casi e problemi di applicazione in Norvegia.*
7. Pisauro, *Programmazione e controllo della spesa pubblica nel Regno Unito.*
8. Perulli, *Modello high tech.*
9. Centro Studi (a cura del), *Le relazioni industriali nella società dell'informazione.*
10. AA.VV., *Per una memoria storica delle comunità locali.*
11. Leslie Schneider, *La partecipazione al cambiamento tecnologico.*
12. Bechelloni, *Guida ragionata alle riviste di informatica.*